

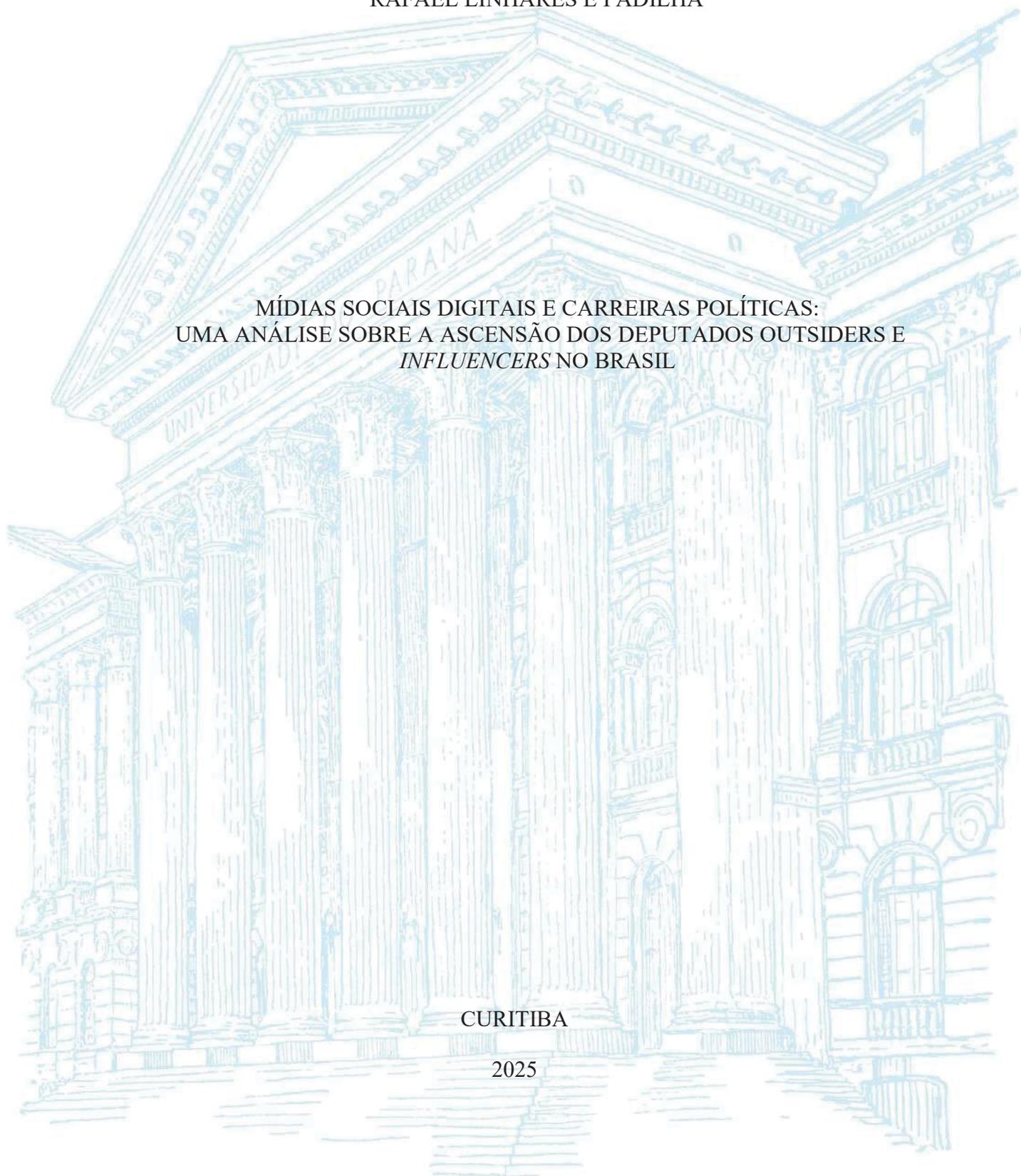
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RAFAEL LINHARES E PADILHA

MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E CARREIRAS POLÍTICAS:  
UMA ANÁLISE SOBRE A ASCENSÃO DOS DEPUTADOS OUTSIDERS E  
*INFLUENCERS* NO BRASIL

CURITIBA

2025



RAFAEL LINHARES E PADILHA

MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E CARREIRAS POLÍTICAS:  
UMA ANÁLISE SOBRE A ASCENSÃO DOS DEPUTADOS OUTSIDERS E  
*INFLUENCERS* NO BRASIL

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Soares Braga

CURITIBA

2025

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SISTEMA DE BIBLIOTECAS - BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS

Padilha, Rafael Linhares e

Mídias sociais digitais e carreiras políticas: uma análise sobre a ascensão dos deputados outsiders e influencers no Brasil. / Rafael Linhares e Padilha. - Curitiba, 2025.

1 recurso on-line: PDF

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Soares Braga

1. Deputados federais. 2. Redes sociais. 3. Outsiders. I. Braga, Sérgio Soares, 1965-. II. Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. III. Título

## ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE MESTRADO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM CIÊNCIA POLÍTICA

No dia dez de março de dois mil e vinte e cinco às 08:00 horas, na sala (plataforma Teams), UFPR, foram instaladas as atividades pertinentes ao rito de defesa de dissertação do mestrando **RAFAEL LINHARES E PADILHA**, intitulada: **MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E CARREIRAS POLÍTICAS: UMA ANÁLISE SOBRE A ASCENSÃO DOS DEPUTADOS OUTSIDERS E INFLUENCERS NO BRASIL**, sob orientação do Prof. Dr. SÉRGIO SOARES BRAGA. A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Membros: SÉRGIO SOARES BRAGA (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ), FELIPE NUNES (UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS), RAFAEL CARDOSO SAMPAIO (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ). A presidência iniciou os ritos definidos pelo Colegiado do Programa e, após exarados os pareceres dos membros do comitê examinador e da respectiva contra argumentação, ocorreu a leitura do parecer final da banca examinadora, que decidiu pela APROVAÇÃO. Este resultado deverá ser homologado pelo Colegiado do programa, mediante o atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca dentro dos prazos regimentais definidos pelo programa. A outorga de título de mestre está condicionada ao atendimento de todos os requisitos e prazos determinados no regimento do Programa de Pós-Graduação. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, SÉRGIO SOARES BRAGA, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão Examinadora.

Observações: A banca atribuiu nota 95,00 (noventa e cinco) à dissertação.

CURITIBA, 10 de Março de 2025.

Assinatura Eletrônica

12/03/2025 10:50:06.0

SÉRGIO SOARES BRAGA

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

12/03/2025 13:43:47.0

FELIPE NUNES

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS)

Assinatura Eletrônica

12/03/2025 11:48:14.0

RAFAEL CARDOSO SAMPAIO

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **RAFAEL LINHARES E PADILHA**, intitulada: **MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E CARREIRAS POLÍTICAS: UMA ANÁLISE SOBRE A ASCENSÃO DOS DEPUTADOS OUTSIDERS E INFLUENCERS NO BRASIL**, sob orientação do Prof. Dr. SÉRGIO SOARES BRAGA, 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, 10 de Março de 2025.

Assinatura Eletrônica

12/03/2025 10:50:06.0

SÉRGIO SOARES BRAGA

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

12/03/2025 13:43:47.0

FELIPE NUNES

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS)

Assinatura Eletrônica

12/03/2025 11:48:14.0

RAFAEL CARDOSO SAMPAIO

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Dedico este trabalho à minha querida família, que,  
mesmo diante dos desafios e adversidades da vida,  
sempre me ofereceu o apoio indispensável.

Obrigado.

## AGRADECIMENTOS

Não há maneira melhor de iniciar meus agradecimentos do que reconhecendo aquela que foi essencial para que eu chegasse até aqui: Vózinha Enilce, como eu queria que você estivesse aqui pra ver isso! Desde que me lembro, sempre encontrei em você apoio, carinho e palavras de incentivo que me ajudaram a seguir em frente, mesmo diante tantos desafios da vida. Que saudade das risadas, de te contar sobre meu dia, de algo que aprendi durante as aulas do mestrado, do que fiz no trabalho ou algo interessante que vi na internet. Não há um minuto dos meus dias que eu não pense como seria bom estar junto da senhora.

Tenho certeza de que, onde estiver, está orgulhosa e continua torcendo muito por mim.

Meus mais sinceros e profundos agradecimentos à minha mãe, Isabele Linhares, à minha irmã, Gaby Linhares, e à minha prima, Naiara Linhares. Cada uma de vocês desempenhou papel fundamental ao longo da minha trajetória, desde os tempos de colégio, cursinho e faculdade, oferecendo amparo incondicional, incentivo constante e amor genuíno em todos os momentos, vocês são as mulheres da minha vida e sou imensamente grato por tê-las ao meu lado.

Sem vocês, eu não chegaria tão longe.

Agradeço ao meu orientador Sérgio Braga que, em meados de 2018, me deu a primeira oportunidade de trabalhar como bolsista de iniciação científica no Grupo de Pesquisa Atores, Instituições, Comportamento Político e Tecnologias Digitais (GEIST - UFPR). Sem esse pontapé inicial, tenho certeza de que não teria progredido na vida acadêmica e alcançado as conquistas que hoje celebro, fruto de anos de muita dedicação e parceria de ambas as partes.

Expresso aqui meus mais sinceros reconhecimentos.

Também agradeço aos meus amigos que sempre estiveram ao meu lado. Guilherme Silva, Juan Costa, Julia Gonçalves e Clara Sanches, entre tantos outros, que me ofereceram todo o suporte ao longo desse período, seja assumindo responsabilidades no trabalho por mim, seja me oferecendo conforto nos momentos difíceis.

Sem vocês, o caminho seria muito mais difícil.

Sou grato à Universidade Federal do Paraná e ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, onde me formei e sigo aprimorando meus conhecimentos. Da mesma forma, expresso minha gratidão à CAPES e ao CNPq por terem concedido as bolsas que possibilitaram minha dedicação à pesquisa.

Educação pública, gratuita e de qualidade.

Por fim, não poderia deixar de agradecer aos professores Felipe Nunes, Guilherme Russo e aos colegas de trabalho e amigos da Quaest. Como já destaquei em diversas ocasiões, trabalhar ao lado de vocês é uma experiência inspiradora que contribui significativamente para o meu crescimento pessoal e profissional. Muito obrigado por disponibilizarem os dados para a elaboração de parte da dissertação, pelas leituras do material e por acompanharem minha trajetória acadêmica.

Com a convivência e o aprendizado ao lado de vocês, evoluo a cada dia.

*Hoje eu me despertei de um sonho lindo  
A minha avó sorrindo, ai, quanto tempo faz  
Vó, que eu não te abraçava  
A tua voz na sala, os quadros e os cristais...*

*...E transformando, ela mudou de plano  
E um dia todos vamos, porém até lá  
Vai, meu filho, encontra um jeito  
De ser aqui mesmo o que você sonhar.*

(Tim Bernardes)

## RESUMO

**Introdução:** A presente dissertação tem o objetivo de identificar se, e em qual medida, os deputados federais *outsiders* eleitos em 2018 e 2022 apresentam maior engajamento nas redes sociais e maior quantidade de votos quando comparados aos deputados de outras categorias de carreira política (estabelecidos e migrantes). Mais especificamente, o trabalho propõe a elaboração de uma análise envolvendo os perfis digitais dos 513 deputados federais no *Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *Youtube* e *TikTok*, com foco no período eleitoral de 2022 e a partir do seguinte problema de pesquisa: em que medida o alto engajamento nas redes sociais favorece a ascensão de *outsiders* na arena política? Para tanto, foram utilizados dados sobre o engajamento obtido por cada deputado federal durante a legislatura de 2019-2023 e o período de campanha eleitoral 16/08/2022 até 02/10/2022, com o intuito de elaborar análises a partir da comparação dessas métricas com aquelas relacionadas às carreiras políticas dos parlamentares. **Materiais e Métodos:** Para uma análise mais detalhada acerca da ascensão de parlamentares *outsiders* no Brasil, foram coletados dados referentes ao engajamento e número de seguidores via API da empresa Quaest e bancos de dados do GEIST (UFPR). Em seguida, foram mapeadas, a partir do método prosopográfico, as carreiras políticas de cada um dos deputados federais eleitos nas 56ª e 57ª legislaturas, permitindo a classificação dos parlamentares em três categorias - os *outsiders*, estabelecidos e migrantes. Para o estudo do engajamento na campanha eleitoral, a análise abrangeu os 513 deputados federais que representam 2.279 perfis nas redes sociais de interesse. Por fim, realizamos análises quantitativas, com diferentes testes estatísticos, a partir das variáveis de engajamento, quantidade de seguidores e votos obtidos pelos deputados federais. **Resultados:** Diferentemente do que estudos anteriores indicavam, os achados da pesquisa apontam que o engajamento nas redes sociais têm um papel menos relevante na ascensão de políticos *outsiders*. Isso se deve ao fato de que, ao analisar o somatório das métricas em todas as redes sociais estudadas, o engajamento não se mostra superior entre os *outsiders* quando comparado a outras categorias de carreira política. Por outro lado, quando analisamos os parlamentares “*influencers*” nas redes sociais notamos que: embora suas carreiras políticas não tenham tanta associação com o sucesso eleitoral, possuir um alto volume de engajamento e alto volume de seguidores é um atributo que está associado a maiores médias de votos. **Discussão:** Esta dissertação espera contribuir para o campo de pesquisa da comunicação política e carreiras políticas ao propor uma análise acerca da ascensão de lideranças *outsiders* e o uso de ferramentas de comunicação digital durante os pleitos eleitorais. A partir dos resultados da pesquisa, destacamos que, para a compreensão do fenômeno de forma ampla, é necessário a realização de análises longitudinais envolvendo as métricas apresentadas na presente dissertação, assim como o acréscimo de outras variáveis, relacionadas ao capital político e à polarização política para a ampliação da análise em estudos futuros.

**Palavras-chave:** deputados federais; carreiras políticas; *outsiders*; redes sociais.

## ABSTRACT

**Introduction:** This dissertation aims to identify whether, and to what extent, outsider federal deputies elected in 2018 and 2022 present greater engagement on social media and a greater number of votes when compared to deputies from other political career categories (established and migrants). More specifically, the work proposes the elaboration of an analysis involving the digital profiles of the 513 federal deputies on Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube and TikTok based on the following research problem: to what extent does high engagement on social media favor the rise of outsiders in the political arena? To this end, data on the engagement obtained by each federal deputy during the 2019-2023 legislature and the electoral campaign period from August 16, 2022 to October 2, 2022 were used, in order to elaborate analyses based on the comparison of these metrics with those related to the political careers of the parliamentarians. **Materials and Methods:** For a more detailed analysis of the rise of outsider parliamentarians in Brazil, data on engagement and number of followers were collected via the Quaest API and GEIST (UFPR) databases. Then, the political careers of each of the federal deputies elected in the 56th and 57th legislatures were mapped using the prosopographic method, allowing the classification of the parliamentarians into three categories - outsiders, established and migrants. To study engagement in the electoral campaign, the analysis covered the 513 federal deputies representing 2,279 profiles on the social networks of interest. Finally, we performed quantitative analyses, with different statistical tests, based on the variables of engagement, number of followers and votes obtained by the federal deputies. **Results:** Unlike previous studies indicated, the research findings indicate that engagement on social networks plays a less relevant role in the rise of outsider politicians. This is because, when analyzing the sum of the metrics across all social networks studied, engagement is not higher among outsiders when compared to other categories of political careers. On the other hand, when we analyze the “influencer” parliamentarians on social networks, we note that: although their political careers are not as associated with electoral success, having a high volume of engagement and a high volume of followers is an attribute that is associated with higher average votes. **Discussion:** This dissertation hopes to contribute to the field of research on political communication and political careers by proposing an analysis of the rise of outsider leaders and the use of digital communication tools during electoral campaigns. Based on the results of the research, we highlight that, in order to understand the phenomenon in a broad sense, it is necessary to conduct longitudinal analyses involving the metrics presented in this dissertation, as well as the addition of other variables related to political capital and political polarization to broaden the analysis in future studies.

**Keywords:** federal deputies; political careers; outsiders; social networks.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Grafo com tamanho dos nós indicando grau de entrada-----	36
Gráfico 2 - Grafo com tamanho dos nós indicando grau de saída -----	37
Gráfico 3 – Maiores quantidades de seguidores por estado (56ª legislatura) -----	47
Gráfico 4 - Maiores ganhos de seguidores por estado -----	51
Gráfico 5 - Boxplot: somatório de engajamento por carreira política (n=513 deputados federais) -----	58
Gráfico 6 - Diferença de engajamento por carreira política (n=513 deputados federais) -----	61
Gráfico 7 - Facebook: correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política -----	64
Gráfico 8 - Instagram: correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política -----	69
Gráfico 9 - X (Twitter): correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política -----	74
Gráfico 10 - Youtube: correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política -----	78
Gráfico 11 - TikTok: correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política -----	82
Gráfico 12 - Boxplot: votos em 2022 por carreira política (n=513 deputados federais)-----	88
Gráfico 13 - Diferença de votação por carreira política (n=513 deputados federais) -----	90
Gráfico 14 - Somatório engajamento nas redes (Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok) e votação dos deputados federais (2018 e 2022)-----	99

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Frequência de uso das MSD pelos deputados federais (n=513).....	43
Tabela 2 – Frequência X votação por de carreira política (56ª legislatura) .....	44
Tabela 3 - Frequência de uso das MSD pelos deputados federais por subgrupo de carreira política .....	45
Tabela 4 – Média de seguidores nas MSD por subgrupo de carreira política .....	46
Tabela 5 - Frequência de uso das MSD pelos deputados federais por subgrupo de carreira política .....	48
Tabela 6 - Médias de votos e idade X somatório de seguidores.....	49
Tabela 7 – Outliers X tipologia de carreira política .....	49
Tabela 8 - Número de outliers e não outliers ao início da 56ª legislatura que foram reeleitos	50
Tabela 9 - tipologia de carreira política e reeleição.....	52
Tabela 10 - Teste de ANOVA para ganho ou perda de seguidores por carreira política (n=286).....	53
Tabela 11 - Frequência de parlamentares por carreira política (n=513 deputados federais)....	56
Tabela 12 - Descritivas de engajamento por carreira política durante o período de campanha eleitoral (ago/out de 2022).....	57
Tabela 13 - Teste de ANOVA: engajamento por carreira política (n=513 deputados federais) .....	59
Tabela 14 - Teste post hoc de Tukey: engajamento por carreira política (n=513 deputados federais) .....	60
Tabela 15 - Descritivas de engajamento no Facebook por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	62
Tabela 16 - Descritivas de seguidores no Facebook por carreira (agosto - outubro de 2022 )	63
Tabela 17 - Facebook: quadrantes por categoria de carreira política .....	65
Tabela 18 - Descritivas de engajamento no Instagram por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	67
Tabela 19 - Descritivas de seguidores no Instagram por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	68
Tabela 20 - Instagram: quadrantes por categoria de carreira política.....	70
Tabela 21 - Descritivas de engajamento no X (Twitter) por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	72
Tabela 22 - Descritivas de seguidores no X (Twitter) por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	72
Tabela 23 - X (Twitter): quadrantes por categoria de carreira política .....	75
Tabela 24 - Descritivas de engajamento no Youtube por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	77
Tabela 25 - Descritivas de inscritos no Youtube por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	77
Tabela 26 - Youtube: quadrantes por categoria de carreira política.....	79
Tabela 27 - Descritivas de engajamento TikTok por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	81
Tabela 28 - Descritivas de seguidores no TikTok por carreira política (agosto - outubro de 2022).....	81

Tabela 29 - TikTok: quadrantes por categoria de carreira política.....	83
Tabela 30 - Teste de qui-quadrado: parlamentares influencers e carreira política.....	85
Tabela 31 - Teste de qui-quadrado: parlamentares influencers e votação.....	85
Tabela 32 - Descritivas de votos por carreira política (n=513 deputados federais) .....	87
Tabela 33 - Teste de ANOVA: votos por carreira política (n=513 deputados federais).....	89
Tabela 34 - Teste de Tukey: votos por carreira política (n=513 deputados federais) .....	89
Tabela 35 - Porcentagem de parlamentares no primeiro quadrante (Q1) e coeficientes de correlação por carreira política .....	93

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipologia de carreiras políticas .....	27
Quadro 2 - Exemplificação de categorias de carreira política.....	33
Quadro 3 - Descrição das variáveis .....	35

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO: O PROBLEMA.....</b>	<b>17</b>
<b>1. AS METAMORFOSES DA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA NA ERA DIGITAL E A EMERGÊNCIA DE NOVOS ATORES POLÍTICOS.....</b>	<b>20</b>
1.1 ESTABELECIDOS, OUTSIDERS E INFLUENCIADORES NA LITERATURA RECENTE. ....	22
1.2 MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS COMO FERRAMENTAS DE ATUAÇÃO POLÍTICA PARA OUTSIDERS E PARLAMENTARES INFLUENCIADORES. ....	26
<b>2. DESENHO DA PESQUISA, METODOLOGIA DE ANÁLISE E TESTE DAS HIPÓTESES. ....</b>	<b>33</b>
<b>3. O USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS: UMA VISÃO GERAL. ....</b>	<b>41</b>
3.1. OUTSIDERS, OUTLIERS E MÍDIAS DIGITAIS NA 56ª LEGISLATURA (2019-2023)....	41
3.2. OS “OUTLIERS” OU USUÁRIOS INTENSIVOS DE MSD NA 56ª LEGISLATURA .....	47
<b>4. OS DEPUTADOS FEDERAIS DA 57ª LEGISLATURA E O ENGAJAMENTO DIGITAL DURANTE A CAMPANHA ELEITORAL DE 2022: OUTSIDERS E INFLUENCIADORES NAS DIFERENTES MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS.....</b>	<b>56</b>
4.1. PARLAMENTARES OUTSIDERS POSSUEM UM MAIOR ENGAJAMENTO NA COMPARAÇÃO COM ESTABELECIDOS E MIGRANTES?.....	59
4.2. PLATAFORMAS DE MSD E PERFIS POLÍTICOS: A DISTRIBUIÇÃO DE PARLAMENTARES “INFLUENCERS” ENTRE OS ESTABELECIDOS, MIGRANTES E OUTSIDERS. ....	61
4.3 FACEBOOK COMO PLATAFORMA DE INFLUÊNCIA DIGITAL PARA PARLAMENTARES MIGRANTES .....	62
4.4 INSTAGRAM COMO ESPAÇO DE VISIBILIDADE DIGITAL PARA PARLAMENTARES OUTSIDERS .....	67
4.5 X (TWITTER) COMO PLATAFORMA DE DESTAQUE PARA PARLAMENTARES ESTABELECIDOS .....	71
4.6 YOUTUBE COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA OUTSIDERS .....	76
4.7 NO TIKTOK, PARLAMENTARES ESTABELECIDOS ESTÃO ENTRE OS MAIS INFLUENCERS NA REDE .....	80
<b>5. ENGAJAMENTO ONLINE, ELITES PARLAMENTARES E VOTO. ....</b>	<b>84</b>
5.1 VOTOS E TRAJETÓRIAS POLÍTICAS: UMA ANÁLISE SOBRE AS VOTAÇÕES DOS DEPUTADOS ESTABELECIDOS, MIGRANTES E OUTSIDERS EM 2022 .....	86
<b>6. CONCLUSÕES, DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E AGENDA. ....</b>	<b>92</b>
6.1. TESTE DAS HIPÓTESES. ....	92
6.2 CAPITAL POLÍTICO E POLARIZAÇÃO POLÍTICA COMO ELEMENTOS PARA A ANÁLISE DE OUTSIDERS E INFLUENCIADORES.....	95
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>102</b>

## INTRODUÇÃO: O PROBLEMA

A motivação para a elaboração desta dissertação surgiu ao longo da minha trajetória no curso de Ciências Sociais iniciada no ano de 2018. Durante o desenvolvimento de um projeto de Iniciação Científica, intitulado "Representação, participação política e tecnologias digitais: atores e instituições parlamentares e governamentais no Brasil e no Paraná de uma perspectiva comparada (2018-2020)", com início em meados de 2018 sob a orientação do professor Sérgio Soares Braga e em parceria com o Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT-DD), coordenado pelo professor Wilson Gomes, observamos a presença de parlamentares que se destacavam no ambiente digital. E mais do que isso, além de se destacarem nas redes sociais, alguns desses parlamentares exibiam características de carreiras políticas com semelhanças entre si. Dentre essas características, as que mais se sobressaíram foram relacionadas à falta de experiência prévia na atividade política, o que os levou, assim como parte da literatura especializada sobre o tema (Carreras, 2012), a serem classificados por nós como atores políticos *outsiders*. Veio daí a ideia de articular o estudo desta categoria de atores com o estudo das mídias sociais digitais (doravante referidas como MSD ou simplesmente "redes sociais") na medida em que eram frequentes na literatura e mesmo em órgãos da imprensa, a defesa da tese de que as mídias digitais estavam servindo para alavancar a reputação de uma nova categoria de atores sem participação prévia nas atividades políticas, questionando as formas tradicionais de fazer política (Gibson et al., 2023; Riedl, Lukito & Wooley, 2023).

Com o avançar de nossos estudos sobre o tema no âmbito do Grupo de Pesquisa Atores, Instituições, Comportamento Político e Tecnologias Digitais (GEIST - UFPR) notamos uma lacuna na literatura brasileira sobre atores políticos *outsiders*, que também foi indicada em outros estudos sobre o assunto (Picussa, 2023). Além disso, as discussões no âmbito do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP - UFPR), sob coordenação dos professores Emerson Cervi e Michele Massuchin, contribuíram para ampliar e refinar o escopo de análise e o desenvolvimento dos trabalhos. Com isso, a relação entre *outsiders* e o uso de redes sociais passou a se tornar parte de uma agenda de pesquisa do GEIST que vigora desde 2018 com diversos trabalhos do grupo de pesquisa sendo publicados em periódicos (Padilha; Braga, 2023; Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021), capítulos de livro (Wisse; Linhares; Braga, 2021) e congressos científicos como os da ANPOCS e ABCP (Ramos; Padilha; Braga; 2023; Braga; Ramos; Padilha, 2024). Num momento posterior, em função dos trabalhos na

Quaest - Consultoria e Pesquisa, nossa atuação foi atraída para o tema mais amplo dos “influenciadores digitais”, especialmente nos períodos de campanha eleitoral. Nesses fatores, residem a origem do presente estudo.

Pensando no foco de nossa agenda de pesquisa, que é analisar como as redes sociais e as novas formas de comunicação digital influenciam na ascensão de lideranças políticas, a presente dissertação busca entender: em que medida o alto engajamento nas redes sociais favorece a ascensão de *outsiders* na arena política? Para responder a este problema de pesquisa, o presente trabalho tem como objeto de estudo os deputados federais eleitos para as legislaturas da Câmara dos Deputados de 2019-2023 e 2023-2027, e seus perfis digitais e de carreira política. Dessa forma, temos como base dois conceitos norteadores – influência da comunicação política digital e *outsiders* na política.

Nesse sentido, esta dissertação terá foco na avaliação das métricas de redes sociais (*Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok*) durante os períodos da legislatura ordinária e de campanha eleitoral (agosto a outubro de 2022), nas tipologias de carreira política *outsiders*, estabelecidos e migrantes (Padilha; Braga, 2023) e na quantidade de votos obtidos por cada deputado federal. O universo da pesquisa é representado por 513 deputados de cada legislatura, e de seus perfis nas principais MSD “públicas”, excluindo *WhatsApp e Telegram*. Nesse sentido, a metodologia utilizada será uma análise prosopográfica dos perfis dos parlamentares articulada a um estudo das principais métricas envolvendo o engajamento nas MSD.

Com as ferramentas de comunicação digital sendo cada vez mais exploradas (Marques; Aquino; Miola, 2014), principalmente durante os períodos eleitorais brasileiros (Braga; Carlomagno, 2018), ocorre uma difusão crescente de diferentes formas de uso das MSD pelos mais diversos atores políticos em diferentes cargos eletivos (Cervi; Verner; Sindorski, 2021; Massuchin; Tavares, 2015). Esta tendência tem despertado o interesse de pesquisadores das áreas de ciência política e comunicação, especialmente em relação aos tipos de uso dessas ferramentas no contexto político (Sampaio; Bragatto; Nicolas, 2016).

Além disso, esta dissertação busca contribuir com outro tema emergente na Ciência Política: estudos sobre as carreiras políticas (Codato, Lorencetti; Prata, 2021) e a ascensão global de figuras sem experiência prévia na política a cargos de relevância, os denominados *outsiders* (Picussa, 2023; Carreras, 2012). Nesse sentido, a ascensão de lideranças *outsiders* gera um contraste significativo com os políticos de carreira estabelecida e levanta questões sobre o efeito das ferramentas de comunicação política digital nesse fenômeno (Richards, 2017). No caso brasileiro, a relação entre carreira política e uso das sociais digitais tem sido

objeto de vários estudos na literatura recente, onde alguns trabalhos exploratórios têm indicado uma associação positiva entre votos obtidos por parlamentares *outsiders* e métricas relacionadas ao engajamento nas MSD, com o surgimento de um subgrupo de parlamentares com alta atuação nas redes sociais, os chamados “influenciadores digitais” (Volpatti; Lima, 2018; Padilha; Braga, 2023; Wisse; Linhares; Braga, 2021) e, embora a quantidade de parlamentares *outsiders* eleitos tenha sido reduzida com o passar das duas últimas legislaturas, como veremos no decorrer da dissertação, tais atores políticos ainda apresentam relevância no cenário nacional.

Dado esse breve contexto, existem três pilares nesta dissertação que justificam a escolha do tema e a formulação do problema de pesquisa. Entre as justificativas que motivam a escolha do tema<sup>1</sup>, estão: i) a ascensão de lideranças políticas *outsiders* nos sistemas eleitorais, identificados tanto em nível global (Richards; 2017) quanto na América Latina (Carreras, 2012); ii) a importância de analisar a ascensão de políticos *outsiders* a nível legislativo, uma vez que a literatura especializada tem como foco cargos executivos (Picussa, 2023); iii) a falta de estudos robustos sobre deputados *outsiders* e o uso de redes digitais, sendo os de maior destaque os trabalhos elaborados pelo GEIST-UFPR (Padilha; Braga, 2023; Wisse; Linhares; Braga, 2021). Para justificar a formulação do problema<sup>2</sup> de pesquisa, apresentamos as seguintes justificativas: iv) indícios de que os *outsiders* utilizam as MSD de forma mais efetiva do que outras categorias de atores políticos, o que lhes confere vantagens nas disputas eleitorais (Richards; 2017; Padilha; Braga, 2023); v) interesse em estudar as origens e os destinos de uma subcategoria de parlamentares com alta atuação nas redes sociais, os chamados influenciadores digitais.

Compreendendo que parte da literatura identifica as MSD como ferramentas que favorecem a ascensão de lideranças *outsiders*, este estudo tem como um dos principais objetivos verificar em que medida os deputados federais *outsiders* eleitos nas duas últimas legislaturas apresentam maior engajamento nas MSD e uma quantidade superior de votos em comparação com políticos de outras categorias de carreira política (estabelecidos e migrantes). Dessa forma, a análise das métricas dos parlamentares nas MSD durante a legislatura ordinária e o período de campanha eleitoral (agosto a outubro de 2022) foi escolhida por entendermos que esse recorte temporal oferece um indicador relevante do sucesso das campanhas digitais.

---

<sup>1</sup> Relação entre as redes sociais e a ascensão de *outsiders*

<sup>2</sup> Em que medida o alto engajamento nas redes sociais favorece a ascensão de *outsiders* na arena política?

Ainda, destacamos que esta dissertação visa contribuir em dois âmbitos: 1) para a linha de pesquisa em “Comportamento, Representação e Comunicação Política” ao realizar uma análise empírica acerca de métricas relativas ao comportamento digital de uma nova categoria de atores políticos, os *outsiders* e também, os influenciadores digitais; 2) para a literatura sobre carreiras políticas, especialmente os estudos voltados à ascensão de lideranças *outsiders*.

Por fim, além da introdução do presente trabalho, a dissertação se divide em seis seções: i) revisão da literatura, abrangendo conceitos e um panorama da literatura sobre tecnologias digitais, *outsiders* e comunicação política; ii) apresentação das hipóteses básicas de trabalho, do desenho de pesquisa e das estratégias metodológicas, que elucidam a forma de coleta e análise dos dados; iii) apresentação dos resultados da análise do uso das redes sociais pelos parlamentares da 56<sup>a</sup> e; iv) 57<sup>a</sup> legislaturas, com destaque para o período eleitoral de 2022; v) discussão dos resultados, que além de debater os achados da pesquisa, indica algumas variáveis a serem incorporadas em trabalhos relacionados à ascensão de *outsiders* e influenciadores na política; vi) considerações finais, que conclui o trabalho apresentando as limitações do mesmo, sugestões para pesquisas futuras e pontos insuficientemente tratados na presente dissertação.

## **1. AS METAMORFOSES DA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA NA ERA DIGITAL E A EMERGÊNCIA DE NOVOS ATORES POLÍTICOS.**

Com a disseminação das tecnologias de informação e comunicação (TICs) no final do século XX, grandes mudanças sociais passaram a ser percebidas e estudadas por cientistas sociais, comunicólogos e diversos outros especialistas nas áreas das humanidades. No âmbito político, essa disseminação das TICs permitiu a elaboração de diferentes conceitos para explicar tais mudanças nas sociedades e, entre os conceitos de maior destaque, a concepção do que se entende por Democracia Digital se tornou de suma importância entre politólogos que se dedicam ao estudo da comunicação política.

Democracia Digital é um termo é amplamente utilizado para se referir à aplicação das tecnologias de informação e comunicação (TICs) como uma forma de trazer mais eficiência aos processos democráticos, aproximando os políticos aos cidadãos, facilitando o acesso a informações de governo, a realização de votações, coleta de opiniões e o estimulando debates entre a opinião pública (Grönlund, 2001). A origem dessa concepção remonta às sondagens eletrônicas feitas por meio da televisão, (Gomes, 2018) mas é com o avanço e desenvolvimento

de diferentes TICs que ocorre um maior desenvolvimento do campo e fortalecimento de seu uso nas democracias contemporâneas.

“Democracia digital é qualquer forma de emprego de dispositivos (computadores, celulares, *smart phones, palmtops, ipads...*), aplicativos (programas) e ferramentas (fóruns, sites, MSD, mídias sociais...) de tecnologias digitais de comunicação para complementar, reforçar ou corrigir aspectos das práticas políticas e sociais do Estado e dos cidadãos em benefício do teor democrático da comunidade política (Gomes, 2011)”.

Nesse sentido, é necessário que o conceito de Democracia Digital esteja associado a pelo menos um dos três seguintes objetivos: i) ampliar a capacidade de atuação da cidadania; ii) fortalecer e assegurar uma sociedade pautada em direitos; iii) estimular uma maior diversidade de atores envolvidos (Gomes, 2011). Quando tais objetivos são atingidos, observa-se um aumento da participação pública nos debates e na consolidação democrática em democracias contemporâneas, permitindo que grupos historicamente excluídos ingressem no cenário político com maior representatividade. Em essência, a Democracia Digital busca aproximar aqueles que estavam distantes do diálogo democrático. Por essa razão, durante muito tempo, essa temática foi cercada de grande otimismo, atribuindo às tecnologias um papel central na promoção das democracias e na melhoria da deliberação pública.

Entretanto, embora os primeiros estudiosos tenham observado as questões relacionadas à democracia digital de forma otimista, com o desenvolvimento e análise da temática, o ceticismo relacionado aos efeitos da começou a ganhar espaço entre os pesquisadores com o argumento de que a Democracia Digital não afetaria a democracia em si, já que a decisão política continuaria na mão dos representantes eleitos democraticamente (Gomes, 2018).

Entre os mais otimistas, que partiam da perspectiva dos efeitos fortes das TICs nas democracias, alguns estudos defendem que as sociedades democráticas do período seriam fortemente alteradas pelas TICs, auxiliando na consolidação de processos democráticos e sendo uma etapa evolutiva da democracia que visava um próximo estágio de evolução democrática (Becker, 2001).

Já entre os pesquisadores mais pessimistas, alinhados à perspectiva dos efeitos fracos, as tecnologias de informação e comunicação apresentariam um resultado mais tangencial nas democracias. Barber (1997) argumenta que, antes de estudar os efeitos das tecnologias na Democracia Digital, é necessário entender como as decisões são tomadas dentro da própria democracia. Em um estágio inicial dos debates a respeito dos efeitos das TICs na democracia,

reflexões críticas a respeito de como a tecnologia estaria “democratizando” as sociedades confrontavam o *mainstream* acadêmico da época a respeito do tema.

Em estudos mais recentes a respeito da temática, a utilização de grandes volumes de dados, conhecidos popularmente por *Big Data*, por governos e representantes motivou diferentes estudos a respeito da temática. Stockmann (2018), defende que o processo de uso de grandes volumes de dados representa uma mudança significativa na capacidade de análise e compreensão dos padrões de comportamento político e social, trazendo consigo preocupações éticas e de privacidade, especialmente em relação à coleta e uso de dados em larga escala. Nessa linha, o papel da *Big Data* na Democracia Digital representaria a possibilidade de governos obterem informações mais precisas sobre os cidadãos, fazendo com que a tomada de decisão política se torne mais assertiva.

Nesse sentido, o desenvolvimento das MSD, alinhado a *Big Data*, a mobilidade digital e a difusão de *smartphones* modificou mais uma vez a dinâmica da participação política e social nas democracias com o padrão *Social Media + Mobile* (Gomes, 2023). Com essas transformações digitais, alguns estudos apontam para o risco da manipulação de informação, disseminação de desinformação e o reforçamento de governos autoritários (Neagli, 2021).

Para além do desenvolvimentos das TICs alinhado ao grande volume de dados, outros trabalhos discutem o papel utilitário da *Big Data* em campanhas políticas. Nesse sentido, Braga e colaboradores (2017), utilizando uma série de dados relacionados a campanhas digitais em diferentes municípios durante as eleições de 2016, apresentam uma série de possibilidades envolvendo o estudo das campanhas digitais a partir do uso de diferentes tipos de dados relacionados às MSD. Os autores concluem que o estudo sistemático das campanhas digitais, a partir da utilização de diferentes tipos de dados digitais, podem servir como meio para o conhecimento e esclarecimento de diferentes fenômenos políticos.

## 1.1 ESTABELECIDOS, OUTSIDERS E INFLUENCIADORES NA LITERATURA RECENTE.

A ideia de indivíduo ou grupo *outsider* é uma conceituação amplamente explorada como tema nas pesquisas em ciências sociais, abrangendo os âmbitos social, cultural e político. No contexto social, sua aplicação está frequentemente ligada às dinâmicas de poder em uma comunidade, onde dois grupos são colocados em oposição: aqueles que detêm o poder e aqueles subordinados a ele. Entre os estudos que utilizam essa abordagem, um exemplo é o trabalho desenvolvido por Elias (2000), que examina dois grupos sociais em uma comunidade inglesa.

O primeiro grupo, dos moradores estabelecidos, consistia em indivíduos já integrados à comunidade, compartilhando valores e hábitos comuns que lhes conferiam maior prestígio e influência em relação ao grupo dos *outsiders*. Este segundo grupo, formado por estrangeiros que se alocavam nos subúrbios da cidade, tinham costumes diferentes dos estabelecidos e eram percebidos por eles como alheios e de menor status social. Segundo o autor, a interação e o confronto entre os dois grupos são fundamentais para definir os conceitos de estabelecidos e *outsiders* fazendo com que, na visão de Elias, o conceito de *outsider* esteja profundamente conectado à dinâmica de poder e conflito entre diferentes grupos.

No campo cultural, a abordagem do conceito se assemelha à do social, mas com foco voltado para os comportamentos individuais. Para Becker (2008), o *outsider* é aquele cujas ações transgridem normas estabelecidas, sejam elas leis formais ou regras definidas pelo grupo ao qual pertence. O autor caracteriza o *outsider* como o indivíduo que, ao adotar condutas desviantes, não se sente representado pelo grupo, vivenciando estigmatização (Goffman, 1988) e exclusão social. Assim, na perspectiva de Becker, o *outsider* é alguém em desacordo com as normas do grupo, tornando-se alvo de rejeição e represálias.

No campo político o conceito não possui uma definição tão clara, como discutiremos mais a fundo no capítulo seguinte, sendo necessário maior esforço para apresentação das diferentes definições. Em primeiro lugar, vale ressaltar que diferentemente de relações de poder e comportamentos individuais, a definição do agente político *outsider* se dá, em alguns trabalhos, por uma matriz entre a posição em que o ator político ocupa no sistema partidário e sua forma de ingresso na vida pública. Ainda, outros autores olham para o discurso que tais atores incorporam em sua forma de fazer política, misturando conceitos como políticos *anti-establishment* e políticos populistas com a definição de político *outsider*. Na próxima seção, discutiremos mais a fundo as problemáticas envolvendo o estudo dos *outsiders* na ciência política.

E como definir o que seria um ator político *outsider*? Antes de responder essa pergunta, é necessário apresentar dois problemas centrais debatidos pela literatura especializada. Em primeiro lugar, é importante ressaltar que não há na literatura um consenso claro sobre a classificação de um ator político *outsider*. Por vezes, os estudos não se esforçam com afinco para definir tal categoria, o que leva à categorização variada de características semelhantes de um mesmo agente político. Em outras palavras, o conceito de político *outsider* é tratado de forma polissêmica no campo da ciência política (Picussa 2023).

Em segundo lugar, outro problema para os pesquisadores que se dedicam a estudar o fenômeno dos políticos *outsiders* está relacionado ao cargo estudado: no geral, os trabalhos

dedicam-se muito mais à análise de cargos executivos do que aos cargos legislativos (Picussa 2023). Uma vez que a conceituação foi majoritariamente elaborada para cargos no executivo federal, os estudos sobre *outsiders* e a própria aplicação do conceito para cargos subnacionais encontram-se prejudicados e necessitam de adaptações.

Na literatura internacional, um dos estudos de maior relevância sobre o assunto se dedica a contrastar uma variedade de características observadas em políticos *outsiders*. Com o objetivo de estabelecer uma definição mais precisa e abrangente do conceito, Barr (2009) ao se deparar com a associação dos conceitos de políticos populista e *anti-establishment* com o fenômeno dos atores *outsiders*, propõe a primeira elaboração de uma tipologia para classificar o fenômeno dos *outsiders*. Para o autor, embora a ocorrência dessas três características apareça de forma associada em parte da literatura, elas são fenômenos políticos que se distinguem entre si.

Nesse sentido, Barr (2009) argumenta que para identificar o que seria um político outsider é necessário a avaliação de três dimensões. Primeiramente é preciso avaliar os apelos utilizados por tais atores na construção de seus discursos, onde geralmente os políticos *outsiders* tentam ganhar apoio popular a partir de imagens *anti-establishment* caracterizadas pelo discurso envolvendo a lógica do “nós contra eles”.

Em segundo lugar é necessário mapear a localização dos *outsiders* no sistema partidário, sendo definido como *outsider* aquele que político que está fora da associação partidária principal e, por consequência, podendo ganhar proeminência de forma independente ou dentro de partidos marginais.

Por fim, é necessário avaliar as ligações que o ator outsider possui com seus eleitores. Tais conexões referem-se ao meio pelo qual os políticos interagem com os cidadãos e, no caso dos *outsiders*, esse meio está exemplificado em ligações de plebiscitárias similares às características de políticos populistas.

Em resumo, para cumprir com a categorização do que seria um político outsider a partir da ótica de Barr, é preciso examinar três fatores-chaves: i) apelos; ii) localização; iii) ligações com o eleitorado. Estes fatores-chave auxiliam na diferenciação dos limites entre políticos populistas, *anti-establishment* e *outsiders* (Barr, 2009).

Em outra abordagem de pesquisa, estudos procuram investigar a ascensão dos *outsiders* em parceria com os movimentos sociais. Nos países latino-americanos, destaca-se um alinhamento significativo entre movimentos sociais de esquerda e políticos *outsiders*, exemplificado pelo caso boliviano em que Evo Morales, então um outsider e primeiro presidente indígena do país, ascende ao poder por meio de uma coalizão com esses movimentos

(Silva, 2013).

Em outra linha de análise, alguns estudos têm como objetivo investigar a ascensão de políticos *outsiders*, explorando sua conexão com crises econômicas e crises de representação política. Nesse sentido, quando observamos a ascensão de líderes *outsiders* na América Latina junto às crises políticas e econômicas é possível encontrar uma associação interessante. Nos países do continente, as eleições desde 1988 apresentam uma tendência de embate entre ex-presidentes e candidatos *outsiders* (Corrales, 2008).

Segundo Corrales (2008), contando aqueles candidatos que obtêm pelo menos 10% dos votos nas eleições desses países, pelo menos um ex-presidente concorreu em metade das eleições das quais os mesmos ganharam em 40% das vezes. Ao mesmo tempo em que esse fenômeno ocorre, os candidatos *outsiders* participaram da corrida eleitoral em 20% das vezes. A partir desses dados, Corrales (2008) conclui que o eleitorado latino-americano possui uma preferência bem clara tanto por ex-presidentes quanto por atores políticos *outsiders*.

O trabalho de Corrales (2008) ainda apresenta definições conceituais importantes em sua análise. Conceituando seis categorias de análise a partir do cargo e experiência política dos candidatos à presidência de seus respectivos países, o autor apresenta as seguintes categorias: i) incumbentes, ii) ex-presidentes, iii) familiares de ex-presidentes, iv) candidatos com experiência política prévia, v) candidatos com pouca experiência política prévia e os vi) *outsiders*.

Os incumbentes são aqueles candidatos que concorrem à reeleição enquanto estão na presidência, sendo mais conhecidos que os demais tendendo a serem mais conhecidos pelo eleitorado (Downs, 1957 apud Corrales, 2008). Essas características não os tornam necessariamente mais competitivos que os outros, porém são vantagens a serem levadas em consideração. Além disso, esses atores políticos também são bem conhecidos pelos eleitores pois geralmente recebem mais atenção da mídia que os demais (Popkin, 1992 apud Corrales, 2008).

Os ex-presidentes são candidatos que foram presidentes anteriormente à disputa eleitoral vigente. Em comparação com os incumbentes, embora o nível de conhecimento do eleitorado sobre eles seja alto, esses tendem a ser ligeiramente menos conhecidos que os primeiros. As informações disponíveis sobre eles podem até superar as dos incumbentes por dois motivos: i) o eleitorado sabe como os ex-presidentes governaram e; ii) como se comportam na oposição (Corrales, 2008).

Os familiares dos ex-presidentes são candidatos que possuem o mesmo sobrenome de ex-presidentes. Em geral, essa categoria tende a ser ideologicamente próxima aos ex-

presidentes de sua família. Também são considerados uma continuidade do governo de seus familiares por eleitores e analistas políticos, uma vez que seus programas de governo não desviam muito dos presidentes cujo sobrenome carregam (Corrales, 2008).

Os *outsiders* são definidos como aqueles candidatos que concorrem à presidência sem experiência eleitoral prévia e sem grande experiência na administração pública anterior. Corrales (2008) afirma que esta é uma definição restritiva do ator político *outsider* uma vez que, pelo fato do conceito ter teor polissêmico, os pesquisadores divergem em sua caracterização.

Os candidatos com pouca experiência são aqueles disputantes que possuem experiência eleitoral de nível secundário como, por exemplo, deputados, prefeitos de pequenas cidades, líderes de organizações da sociedade civil e candidatos que foram derrotados em eleições anteriores (Corrales, 2008). Corrales (2008) ainda inclui nessa categoria aqueles candidatos às eleições presidenciais que obtiveram menos de 10% ao final da corrida eleitoral e ex-ministros de Estado.

Os candidatos experientes são aqueles disputantes que exerceram funções políticas como, por exemplo, chefias de gabinetes, vice-presidentes, prefeitos de capitais, antigos candidatos às eleições presidenciais que obtiveram mais de 10% dos votos, militares que executavam cargos próximos ao poder executivo, senadores, deputados e líderes de partidos que obtiveram pelo menos 10% do total de representação no congresso (Corrales, 2008).

## 1.2 MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS COMO FERRAMENTAS DE ATUAÇÃO POLÍTICA PARA OUTSIDERS E PARLAMENTARES INFLUENCIADORES.

Em meio a diversos estudos que conceituam de maneiras variadas o mesmo fenômeno, Carreras (2012) se propõe a estabelecer uma definição operacional para o conceito de parlamentar *outsider*. Assim, o pesquisador formula a principal tipologia adotada pelos estudiosos da área, fundamentando-se nas principais teorias e conceituações sobre a temática.

Nesse sentido, o autor aprimora as discussões presentes na literatura ao acrescentar elementos adicionais para a análise desses atores, construindo uma escala que varia desde políticos "*insiders*", "*mavericks*", "*amadores*" e "*outsiders*". Ainda, sua proposta de tipologia apresenta mais duas dimensões: filiação partidária e experiência política. Sendo que a primeira diz respeito à posição que o ator político está perante o sistema partidário e a segunda diz respeito à sua experiência política prévia. Como podemos observar na figura abaixo.

**Quadro 1** - Tipologia de carreiras políticas

		Party Ties	
		Established Party	New Party
Political Experience Prior Political Career	INSIDER		MAVERICK
	AMATEUR		FULL OUTSIDER

Fonte: Carreras (2012).

Definidos a partir de suas origens internas no sistema partidário e da sua experiência política anterior, os “*insiders*” também são conhecidos como políticos tradicionais. Esses atores são aqueles que possuem experiência eleitoral prévia, já tendo ganho eleições anteriormente em partidos estabelecidos dentro do sistema partidário (Carreras, 2012).

Atores políticos que já possuem algum cargo eletivo, atuando e sendo filiados a partidos tradicionais, porém concorrem aos pleitos eleitorais em partidos “novatos” são chamados de “*mavericks*”. A ascensão desse tipo de parlamentar é menos provável dentro dos sistemas partidários (Carreras, 2012) visto que os benefícios de integrar uma legenda tradicional, como o fundo eleitoral no caso brasileiro, por exemplo, são maiores que em partidos novos.

Agentes políticos novatos na atividade política e que concorrem às eleições em partidos tradicionais são denominados de “amadores”. Essa categoria é classificada por não possuir carreira eletiva prévia, assim como os *outsiders*, porém nos pleitos eleitorais concorrem em partidos estabelecidos do sistema partidário (Carreras, 2012).

Por fim, os *outsiders* são os atores políticos que não tiveram uma carreira política eletiva prévia e que competem em pleitos eleitorais dentro de um partido novato. Esses políticos, além de não possuírem carreira prévia e estarem situados em partidos novos, ao participarem das eleições possuem um efeito desestabilizador dentro do sistema partidário, aumentando o nível efetivo de partidos e trazendo movimentos políticos para dentro do sistema partidário (Carreras, 2012).

No Brasil, os estudos com maior robustez sobre a temática visam apresentar o estado da arte da literatura. Como discutido na presente dissertação, o estudo de políticos *outsiders* no âmbito da ciência política traz consigo diversas definições que, por vezes, apresentam conflitos entre si. Na tentativa de atribuir nomenclatura ao fenômeno estudado, as diversas categorizações e a falta de uma conceituação clara acaba por deixar o estado da arte da literatura um tanto quanto nebuloso.

Nesse sentido, em trabalho pioneiro na linha de estudo, Picussa (2023) realiza uma revisão bibliográfica de escopo sobre o tema, com o objetivo de entender as nuances dessas diferentes formas de definição do político *outsider*. Para a autora, essa problemática decorre, em grande parte, do uso indiscriminado do termo *outsider* por pesquisadores da área, que muitas vezes aplicam o conceito de forma ampla e imprecisa, sem considerar as nuances e variações existentes entre os diferentes contextos políticos e eleitorais.

Dessa forma, Picussa (2023) explora as diferentes abordagens da literatura sobre o fenômeno político dos *outsiders*, analisando as diversas nuances de como esses atores são caracterizados e investigando se há um consenso teórico sobre sua definição. Ao final, a autora procura entender se é possível utilizar tal conceituação para tratar de casos em diferentes cargos, seja no executivo ou no legislativo.

O estudo destaca, em primeiro lugar, a diversidade de abordagens na literatura sobre o fenômeno dos *outsiders*. Em segundo lugar, embora o conceito seja tratado de maneiras distintas, algumas características são recorrentes nas definições utilizadas: i) *outsiders* concorrendo por partidos “novatos” ou “marginais” dentro dos sistemas partidários; ii) a experiência política prévia de *outsiders* e; iii) o discurso adotado pelos *outsiders*. Além disso, em relação à viabilidade de aplicar a mesma tipologia tanto para cargos no legislativo quanto no executivo, argumenta-se que é necessário um aprofundamento maior da temática para possibilitar essa abordagem.

Nesse sentido, um dos achados mais relevantes de Picussa gira em torno das dimensões analíticas dos estudos de atores políticos *outsiders*. Assim, a pesquisadora sintetiza uma série de trabalhos que analisam esse fenômeno a partir de três dimensões distintas: a dimensão partidária, a dimensão discursiva e a dimensão profissional.

A dimensão partidária concentra-se em estudos que visam definir o que é um *outsider* a partir de elementos relacionados aos partidos políticos e ao sistema partidário. Nos estudos que adotam essa forma de definição, o partido em que o candidato concorre às eleições importa e são considerados atores políticos *outsiders* aqueles atores políticos que concorrem em partidos novos, recém fundados ou pouco competitivos.

A segunda dimensão de análise refere-se ao discurso adotado por esses atores em suas atividades políticas. Nos estudos que seguem essa linha, os *outsiders* são definidos principalmente por meio da retórica que empregam, caracterizando-se pela crítica constante à classe política tradicional e aos partidos dominantes. Essa crítica se manifesta por meio de uma retórica anti-establishment, que questiona as estruturas de poder estabelecidas e propõe, por vezes, uma ruptura com o sistema político convencional, com o objetivo de conquistar o apoio daqueles que se sentem marginalizados ou insatisfeitos com o *status quo*.

A terceira dimensão destacada pela autora é a dimensão profissional. Essa abordagem reúne os estudos que definem os políticos *outsiders* com base em sua experiência política prévia, bem como aqueles que analisam os cargos que esses indivíduos ocuparam nas diversas instâncias burocráticas do Estado. Nessa linha de análise, considera-se a trajetória profissional dos *outsiders*, levando em conta suas vivências e atuações anteriores no cenário político e administrativo, e como essas experiências influenciam sua atuação política.

Em resumo, o trabalho de Picussa (2023) indicou três linhas de análise em que os estudos acerca do fenômeno político da ascensão dos atores *outsiders* se inserem: partidária, discursiva e profissional. A partir desse debate, os próximos parágrafos do capítulo tem como objetivo adicionar mais um elemento à análise do fenômeno dos *outsiders*: apresentar o uso das MSD como ferramentas que podem impulsionar a ascensão de atores políticos *outsiders*.

Nesse sentido, a comunicação política pode ser definida como um campo complexo e dinâmico que envolve práticas e procedimentos para conectar atores políticos e cidadãos por meio das tecnologias de comunicação (Gomes, 2004), onde seu objetivo é persuadir, informar, integrar ou mobilizar os cidadãos na vida democrática.

Nessa linha, o arcabouço teórico de Coleman e Blumler (2009) argumenta que as novas tecnologias de informação têm contribuído significativamente para a superação de barreiras presentes em questões deliberativas da democracia, facilitando as relações de copresença mediada entre atores políticos e cidadãos, reduzindo as barreiras relacionadas ao tempo, espaço e escala e inaugurando um estilo mais dialógico na interatividade entre representante e representado.

Esse estilo mais dialógico de interatividade reflete dilemas contemporâneos presentes no uso de MSD online. Carvalho e Cervi (2018) analisam como as MSD favorecem discursos populistas em três dimensões: nas questões ideológicas, estilísticas e nas estratégias empregadas por atores políticos. Partindo dessa análise, as mídias digitais tenderiam a gerar bolhas sociais, aumentando a polarização e expandindo bases de seguidores para candidatos populistas.

Além de potencializarem e favorecerem discursos comunicacionais populistas, tais plataformas digitais têm sido empregadas como instrumento de campanha por atores políticos *outsiders*, os quais muitas vezes também adotam discursos populistas. Richards (2017) argumenta que o uso dessas ferramentas digitais facilita a ascensão de *outsiders*, especialmente nos Estados Unidos e na Europa, destacando que o uso de *websites* e MSD têm contribuído para promover novatos na disputa por cargos eletivos.

Mas no Brasil, como descrever a interação entre políticos *outsiders* e o uso das MSD? Estudos exploratórios têm argumentado que entre os parlamentares *outsiders* há uma associação positiva sobre a quantidade de votos recebidos nos pleitos e o maior número de seguidores nas MSD (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021), indicando que a utilização bem-sucedida dessas redes tem determinada importância para a ascensão de lideranças *outsiders* (Padilha; Braga 2023; Ramos; Padilha; Braga, 2023).

Em estudos que investigam o pleito de 2018 no Brasil, observa-se uma série de manifestações desse fenômeno que reflete a interação entre MSD e políticos considerados *outsiders*. Esse fenômeno se torna ainda mais evidente quando analisamos o caso da eleição do deputado federal Kim Kataguiri: durante o processo eleitoral de 2018, Kataguiri se posicionou como um *outsider* na política que, além de não possuir experiência prévia na política eletiva, estabeleceu uma conexão direta e efetiva com seus eleitores, especialmente por meio do uso das plataformas digitais. A utilização intensiva das MSD não se limitou apenas à sua campanha, mas também continuou sendo uma estratégia recorrente durante o exercício de seu mandato, permitindo-lhe estabelecer uma comunicação constante com seus seguidores e a ampliação de sua visibilidade política (Wisse; Braga; Padilha, 2021).

Em outra linha, e ao examinar o caso dos deputados estaduais no Brasil eleitos em 2018, é possível identificar aspectos interessantes ligados ao uso das MSD por parlamentares *outsiders*. Braga e colaboradores (2021) investigaram a relação entre o uso intenso do *Facebook* e do *Instagram* e as características da trajetória política dos deputados estaduais eleitos para a legislatura de 2019-2023.

O estudo utilizou a reeleição como critério para classificar os parlamentares como *outsiders* na política e a quantidade de seguidores nas MSD para identificar aqueles que se destacavam como *outliers* no ambiente digital. A pesquisa revelou, inicialmente, que havia uma presença mais significativa de *outliers* em partidos classificados como "nova-direita", além de uma maior concentração entre candidatos com maior número de votos e pertencentes a gerações mais jovens, em comparação com os parlamentares não-*outliers* (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021). Em relação às MSD, o trabalho indicou que, ao analisar o *Instagram*, observa-

se que os deputados estaduais classificados como *outliers* tendem a se encaixar na categoria de *outsiders* em suas carreiras políticas. Em outras palavras, os parlamentares que possuem um número de seguidores nessa rede social que se distancia da distribuição normal são, na sua maioria, estreantes na política eletiva. No entanto, esse fenômeno não é observado no caso do *Facebook* (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021).

Em trabalhos mais recentes envolvendo a relação entre mídias sociais e *outsiders*, Padilha e Braga (2023) realizam um estudo de caso com a legislatura de deputados federais eleita em 2022 no Estado do Paraná. Neste trabalho, os autores avançam na elaboração de uma tipologia e propõe uma categorização de carreira política que abrange três dimensões: os *outsiders* na política, os estabelecidos e os migrantes de carreira política.

Buscando investigar se as mídias digitais foram recursos relevantes de acumulação de capital político para os eleitos no pleito de 2022, possibilitando a consolidação de uma nova geração de deputados com alta presença na internet e com grandes quantidades de seguidores – os “*outsiders - outliers*”, Padilha e Braga (2023) argumentam que foi possível identificar associações, a partir da análise dos *outliers* no *Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)* e *Youtube*, entre deputados federais *outsiders*, com aqueles com maior volume de seguidores nas MSD.

A partir do apanhado da literatura envolvendo os principais debates presentes no campo da Ciência Política, especialmente no que se refere à compreensão dos atores políticos *outsiders* e suas interações com a comunicação política e o papel das MSD, é possível identificar algumas tendências e questões centrais.

Esses debates não apenas apontam para uma suposta importância das novas formas de comunicação no fortalecimento das lideranças *outsiders*, mas também destacam o impacto dessas plataformas digitais na dinâmica de poder e nas estratégias eleitorais. A partir dessa exposição teórica, torna-se viável formular algumas hipóteses que serão testadas ao longo das próximas seções desta dissertação, visando explorar de maneira mais aprofundada os efeitos dessas relações e as implicações das MSD na ascensão desses políticos.

Nesse sentido, o presente trabalho conta com quatro hipóteses de pesquisa. De forma contextual, o crescente uso das MSD nas eleições brasileiras (Braga; Carlomagno, 2018) tem sido um fator relevante na ascensão de lideranças *outsiders*, tanto nacionalmente (Ramos; Padilha; Braga, 2023) quanto em âmbito internacional (Richards, 2017). Dado este enquadramento, as hipóteses que norteiam a pesquisa são:

Hipótese 1 (H1): Os deputados *outsiders* eleitos nas duas últimas legislaturas possuem um maior engajamento nas MSD (Wisse; Linhares; Braga, 2021) que parlamentares estabelecidos e migrantes durante o período eleitoral;

Hipótese 2 (H2): O percentual de parlamentares *outsiders* e “*influencers*” é maior em MSD mais recentes, como o *TikTok* e o *Instagram*, enquanto os estabelecidos e migrantes apresentam percentuais maiores no *Facebook*, *X (Twitter)* e *Youtube* (Padilha; Braga, 2023);

Hipótese 3 (H3): Deputados federais “*influencers*” recebem mais votos que os “*não influencers*” (Ramos; Padilha; Braga, 2023), refletindo a crescente importância das ferramentas da internet na acumulação de capital político e eleitoral (Braga; Carlomagno, 2018);

Hipótese 4 (H4): Parlamentares *outsiders* possuem maiores médias de votos quando comparados com parlamentares estabelecidos e migrantes (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021).

Agora, apresentaremos as estratégias metodológicas empenhadas para a resolução das nossas hipóteses de pesquisa.

## 2. DESENHO DA PESQUISA, METODOLOGIA DE ANÁLISE E TESTE DAS HIPÓTESES.

Com a utilização das bases de dados prosopográficos do Grupo de Pesquisa Atores, Instituições, Comportamento Político e Tecnologias Digitais (GEIST - UFPR) foi possível realizar a coleta das informações referentes às carreiras políticas dos deputados federais eleitos em 2018 e 2022. Essa base de dados tem como fonte as informações presentes no site da Câmara dos Deputados nas abas relacionadas à biografia dos parlamentares. Com isso, foi possível categorizar cada deputado federal em uma das três categorias: *outsiders*, estabelecidos ou migrante, onde (Padilha; Braga, 2023). A definição dos critérios de categorização estão presentes abaixo:

i) os **outsiders**: são aqueles deputados que não exerceram nenhum cargo eletivo antes do pleito analisado;

ii) os **estabelecidos**: são os parlamentares que já exerceram especificamente o cargo de deputado federal em algum momento de sua carreira política;

iii) os **migrantes**: são os parlamentares que já tinham carreira política eletiva prévia, em outros níveis de representação, mas nunca haviam exercido o mandato de deputado federal antes do pleito analisado.

A tabela abaixo apresenta um exemplo de como os parlamentares foram classificados entre as categorias de *outsiders*, estabelecidos e migrantes:

**Quadro 2** - Exemplificação de categorias de carreira política

	Último cargo ocupado	Categoria de carreira política
Gleisi Hoffmann (PT)	Eleita deputada federal nas eleições de 2018	Estabelecido
Nikolas Ferreira (PL)	Eleito vereador nas eleições de 2018	Migrante
Yury do Paredão (MDB)	Nunca obteve um cargo eletivo	Outsider

Fonte: dados a partir da base de dados do GEIST (UFPR)

Seguindo com a descrição metodológica, utilizamos métricas do uso das mídias digitais pelos políticos durante a campanha para caracterizar seu comportamento político ao longo desse

período a partir de duas dimensões distintas. A primeira é relacionada ao acúmulo de capital social nas MSD, mensurada pelo número de seguidores nas MSD dos parlamentares durante a campanha eleitoral. A segunda está relacionada ao impacto de suas postagens e a repercussão das mesmas junto ao seus seguidores e demais internautas, mensurado pelo engajamento nas publicações durante o período eleitoral.

Dessa forma, para coletar os dados referentes às MSD, em um primeiro momento, foram mapeados aqueles parlamentares que possuem conta ativa no *Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *Youtube* e *TikTok*. Em um segundo momento, seus identificadores (@'s) foram inseridos na API da empresa Quaest<sup>3</sup> e assim as métricas (quantidade de seguidores dos perfis, curtidas, comentários e compartilhamentos das publicações) foram coletadas. A data de requisição é referente ao período de campanha eleitoral (agosto a outubro). Com isso, o universo empírico da pesquisa é representado por 513 deputados contando com 2.279 perfis de MSD.

Os dados relacionados ao engajamento nas publicações dos deputados federais representam o quantitativo das métricas (curtidas, comentários e compartilhamentos) obtidos ao final do período de campanha eleitoral (outubro de 2022). Quanto às informações sobre a quantidade de seguidores em cada rede social, o quantitativo referente a essa variável é o obtido ao final do período de campanha eleitoral.

Feita uma primeira apresentação sobre como os dados relacionados às carreiras políticas e MSD foram coletados, a próxima seção irá demonstrar como as informações foram organizadas para testar as quatro hipóteses do presente estudo.

Para o tratamento dos dados, utilizaremos a linguagem de programação R, com o ambiente RStudio como ferramenta principal. O RStudio oferece uma interface integrada e intuitiva, facilitando as diversas etapas do trabalho. Nesse ambiente, realizamos a manipulação e organização das bases de dados, preparando-as para os testes estatísticos. Além disso, o RStudio será empregado na criação de gráficos, proporcionando uma visualização dos resultados obtidos.

Para testar a primeira hipótese<sup>4</sup>, que diz respeito a comparação entre engajamento dos deputados durante o período eleitoral entre as tipologias de carreira política, iremos realizar o somatório de engajamento durante a legislatura 2019-2023 e durante o período de campanha eleitoral em 2022 em todas as MSD de interesse (*Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *Youtube* e

---

<sup>3</sup> O acesso a essa ferramenta é possível através da disponibilidade pela empresa que trabalho.

<sup>4</sup> Hipótese 1 (H1): Os deputados outsiders eleitos na legislatura de 2022 possuem um maior engajamento nas redes sociais (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021) que parlamentares estabelecidos e migrantes durante o período eleitoral.

*TikTok*). Em caso de o parlamentar não possuir conta em determinada rede social, o valor atribuído a ele será de zero. Optamos por manter esses parlamentares na análise com os valores zerados pois, considerando que é uma ferramenta de comunicação digital disponível para todos os *players*, o “não uso” pode configurar como uma estratégia desses deputados. Com isso, contamos com um universo de 2.279 perfis para os 513 deputados federais.

Nesse sentido, as variáveis utilizadas para a análise dependem da possibilidade de coleta de cada rede social e podem ser conferidas na tabela abaixo:

**Quadro 3** - Descrição das variáveis

Rede Social	Curtidas nas publicações	Comentários nas publicações	Compartilhamentos nas publicações
<i>Facebook</i>	Curtidas e reações (somatório)	Comentários e respostas	Compartilhamentos
<i>Instagram</i>	Curtidas	Comentários e respostas	-
<i>X (Twitter)</i>	Curtidas	Comentários e respostas	Retweets
<i>Youtube</i>	Curtidas	Comentários e respostas	-
<i>TikTok</i>	Curtidas	Comentários e respostas	Compartilhamentos

Fonte: o autor (2025).

Dessa forma, entre as métricas presentes no *Facebook*, *X (Twitter)* e no *TikTok*, foram utilizadas as curtidas/reações nas publicações, os comentários e os compartilhamentos. No *Instagram* e no *Youtube*, apenas curtidas e comentários foram contabilizados, pois, por motivos relacionados à liberação de dados pelas próprias plataformas de MSD em questão, não foi possível contabilizar o compartilhamento nessas redes.

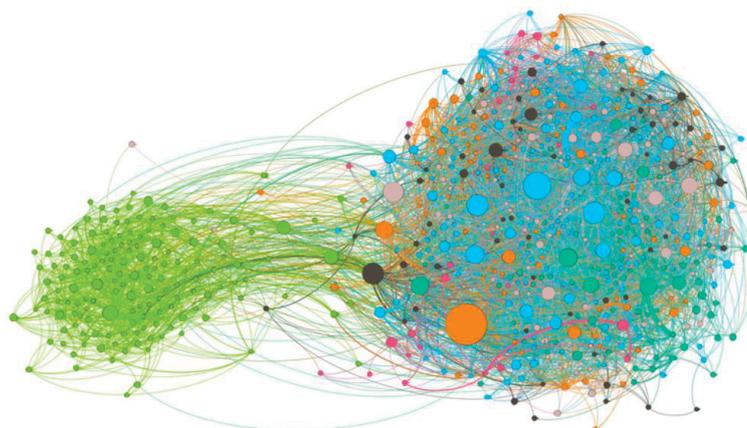
Dentre as métricas que não foram consideradas na análise, são ressaltadas a quantidade de publicações e o número de visualizações das postagens. A exclusão da primeira métrica se deve ao fato de que consideramos que outras métricas relacionadas ao engajamento, como curtidas, comentários e compartilhamentos, já são suficientes para caracterizar de maneira adequada o fenômeno que buscamos mensurar. Dessa forma, a inclusão da quantidade de publicações não acrescentaria informações relevantes à análise. Já a métrica de visualizações de conteúdo foi excluída também devido a limitações na liberação de dados por parte das

plataformas de MSD. Sendo assim, como regra geral para escolha ou não das métricas utilizadas no estudo, o parâmetro que norteou as escolhas está relacionado ao uso de forma padronizada e comparável das variáveis de engajamento nas diferentes MSD analisadas.

Além disso, a escolha das variáveis utilizadas representa uma aproximação com as distinções presentes no arcabouço de análise de MSD de Recuero (2017), onde a análise de mídias sociais pode ser dividida entre métricas de rede inteira e métricas de nó. As métricas de rede inteira são empregadas para obter uma visão geral da rede como, por exemplo, seu grau de conectividade. Por outro lado, as métricas de nós, que interessam para a elaboração da presente dissertação, buscam compreender as características individuais dos nós e sua posição na rede como, por exemplo, quais são os nós, ou atores, são mais influentes em cada rede social.

Entre as métricas de nó, as relacionadas ao Grau de Entrada mostram aqueles atores recebem muitas conexões sociais, sendo mais populares na rede e indicando uma maior probabilidade de serem citados em determinado ambiente digital (Recuero, 2017). Embora ocorram algumas diferenças entre a análise da autora e a presente dissertação, é possível realizar um paralelo do conceito de Grau de Entrada com a variável quantidade de seguidores uma vez que, quanto maior o volume de seguidores de um ator político na rede, maior sua probabilidade de seus conteúdos gerarem engajamento. O gráfico abaixo exemplifica o que Recuero argumenta ser a lógica do Grau de Entrada onde, quanto maior o número de conexões recebidas pelo nó, maior o seu tamanho na rede.

**Gráfico 1** - Grafo com tamanho dos nós indicando grau de entrada

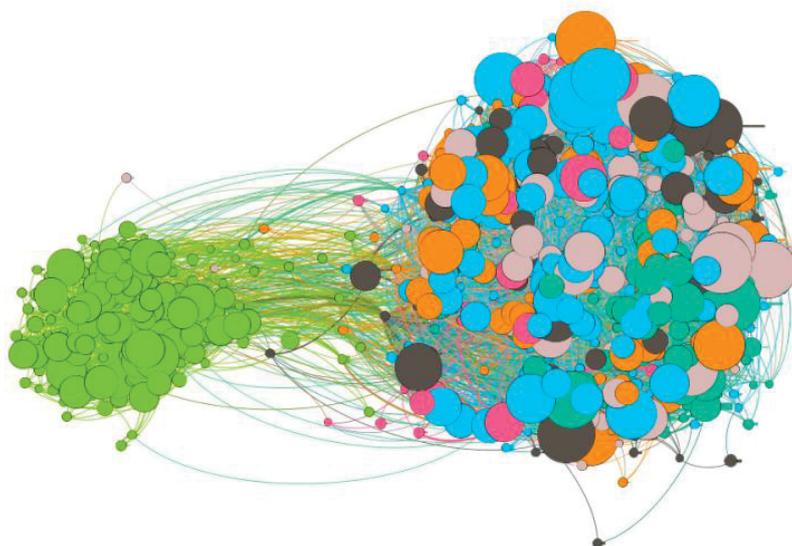


Fonte: Recuero (2017).

Outro conceito que orientou na elaboração da metodologia do trabalho é a ideia de Grau de Saída. Para Recuero (2017), o Grau de Saída pode indicar atores que visam ter uma maior

proximidade com outros em determinada rede social, onde é buscada a construção de relações sociais não necessariamente recíprocas. Nesse sentido, métricas relacionadas ao engajamento nas publicações, neste trabalho representados pela quantidade de curtidas, comentários e compartilhamentos, são o paralelo com o arcabouço apresentado por Recuero (2017). O Gráfico 2 reflete o tamanho de nós a partir da distribuição das interações pelos atores da rede. Em outras palavras, quanto maior o nó, maior o nível de interação recebido:

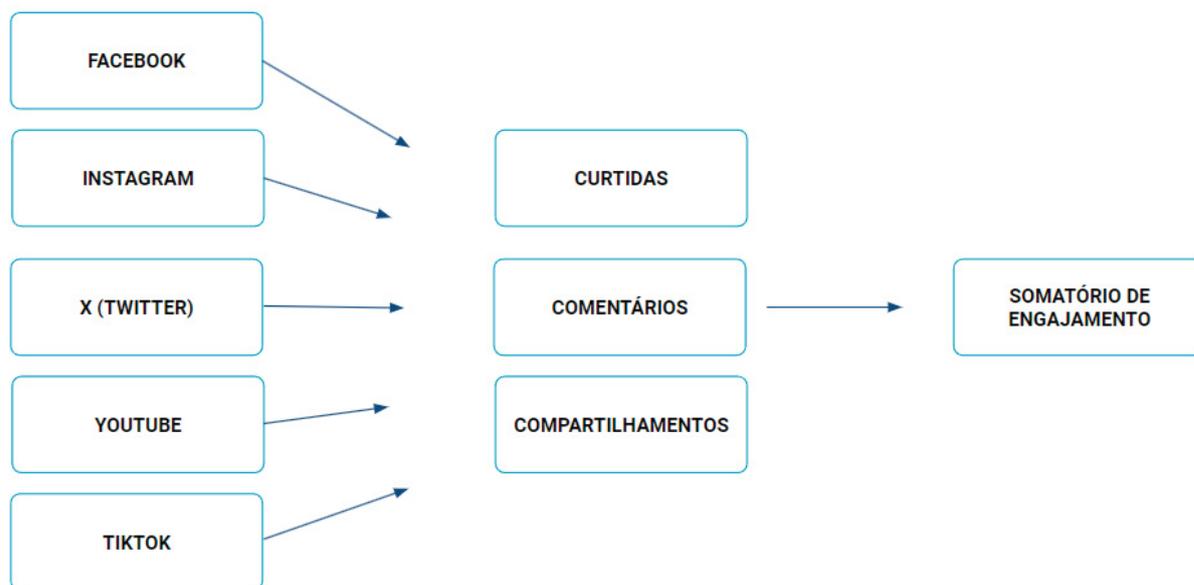
**Gráfico 2** - Grafo com tamanho dos nós indicando grau de saída



Fonte: Recuero (2017).

Após realizar essa exposição, já é possível apresentar como o esquema analítico da presente dissertação foi elaborado a partir das métricas relacionadas ao engajamento nas publicações. A Figura 1 representa de forma visual como a métrica “somatório de engajamento” foi elaborada:

**Figura 1** - Esquema da construção da variável somatório de engajamento

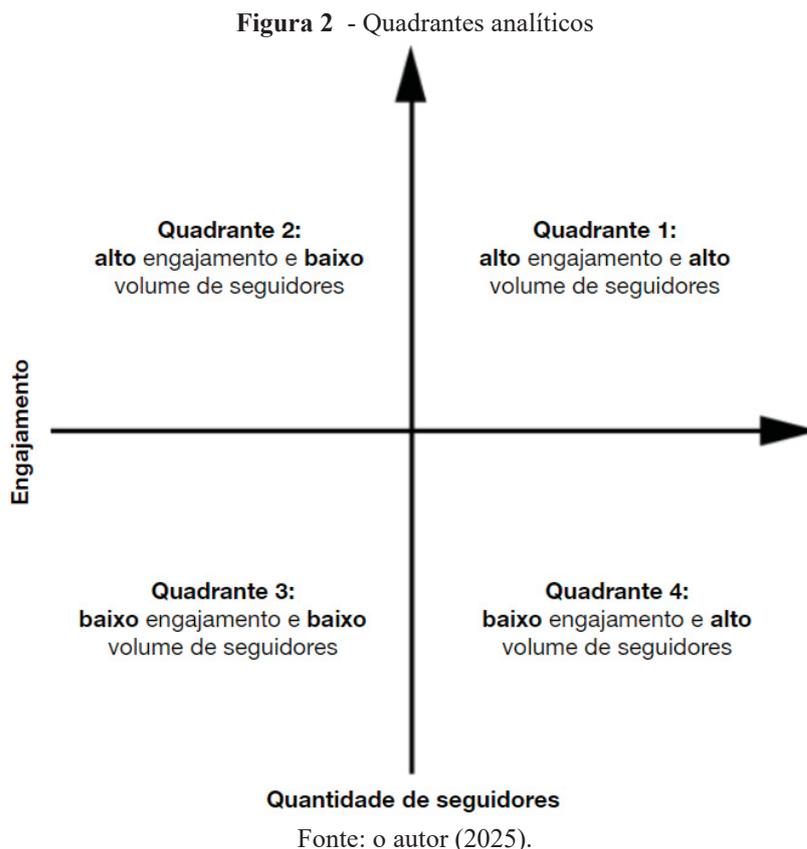


Fonte: o autor (2025).

Assim, para a resolução da primeira hipótese, utilizamos testes de análise de variância para identificar a existência ou não de diferença de médias estatisticamente significativas entre os grupos de carreira política (*outsiders*, estabelecidos e migrantes) em relação ao somatório de engajamento durante o período eleitoral (curtidas, comentários e compartilhamentos nas publicações). O teste escolhido foi o de ANOVA, com o teste *post hoc* de Tukey.

Em relação a segunda hipótese<sup>5</sup>, que visa identificar se as métricas das MSD obtidas por deputados *outsiders* no período eleitoral possuem similaridade com as de influenciadores digitais em MSD mais recentes, foram utilizadas também o somatório de seguidores mas, dessa vez, adicionamos a métrica de quantidade de seguidores, ao final do período eleitoral, e em cada rede social para a elaboração de quatro quadrantes analíticos calculados a partir da média da variável somatório de engajamento e da quantidade de seguidores:

<sup>5</sup> O percentual de parlamentares *outsiders* e “influencers” é maior em redes sociais mais recentes, como o TikTok e o Instagram, enquanto os estabelecidos e migrantes apresentam percentuais maiores no Facebook, X (Twitter) e Youtube (Padilha; Braga, 2023).



Com isso, foi possível caracterizar os perfis digitais de 513 deputados segmentados em cada tipologia de carreira política. Nesse sentido, parlamentares que possuem perfis no primeiro quadrante (Q1) são aqueles que obtiveram um alto engajamento e alto volume de seguidores durante o período eleitoral. Deputados federais que estão presentes neste quadrante são aqueles que aproximam suas métricas às dos influenciadores digitais, obtendo tanto um alto engajamento e quando alto volume de seguidores simultaneamente, considerados neste trabalho como parlamentares “influencers”.

No segundo quadrante (Q2), estão aqueles perfis que tiveram alto engajamento mas baixo volume de seguidores. No terceiro quadrante (Q3) estão aqueles parlamentares com baixo engajamento e baixo volume de seguidores. Por fim, no quarto quadrante (Q4), estão aqueles parlamentares que, embora apresentem um baixo engajamento, apresentam um alto volume de seguidores, sendo capazes de furar suas próprias “bolhas digitais”

Dessa forma, na seção que visa discutir os testes da hipótese 2, as análises foram segmentadas para cada rede social (*Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok*) e, com isso, aplicamos testes de correlação de Pearson entre as variáveis com o objetivo de identificar nuances entre cada rede social e tipologia de carreira política.

Para testar a terceira hipótese<sup>6</sup> da presente dissertação, que busca verificar se os parlamentares "*influencers*" receberam mais votos do que os "não *influencers*", primeiro somamos o engajamento e o número de seguidores em todas as MSD. Em seguida, categorizamos quais deputados se enquadram como "*influencers*". A partir disso, aplicamos o teste de associação de Qui-Quadrado entre os dois grupos e suas votações.

Para testar a quarta hipótese<sup>7</sup> do presente estudo, realizamos um caminho similar ao utilizado nas análises da primeira hipótese. Em primeiro lugar, apresentamos as estatísticas descritivas sobre a quantidade de votos obtidos pelos parlamentares, segmentado por cada tipologia de carreira política. Em seguida, aplicamos os testes ANOVA e *post hoc* de Tukey para analisar a variação da média de votos entre os grupos de carreira política (*outsider*, estabelecido e migrante).

Para concluir a explicação dos procedimentos metodológicos, a escolha dos testes e das variáveis de interesse se baseia em estudos anteriores do Grupo de Pesquisa Atores, Instituições, Comportamento Político e Tecnologias Digitais (GEIST - UFPR). Esses estudos destacaram diferenças tanto nas métricas do ambiente digital quanto na votação obtida por diferentes trajetórias políticas em legislaturas passadas e para distintos cargos eletivos. No caso dos deputados estaduais eleitos em 2018, observou-se a relevância digital de parlamentares com pouca experiência eletiva prévia — os *outsiders* —, medida pelo número de seguidores em suas MSD, especialmente no *Instagram* (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021). Da mesma forma, pesquisas sobre a legislatura dos deputados federais eleitos no mesmo ano indicaram que o *Instagram* foi amplamente utilizado por parlamentares *outsiders* (Wisse; Linhares; Braga, 2021).

---

<sup>6</sup> Deputados federais "influencers" recebem mais votos que os "não influencers" (Ramos; Padilha; Braga, 2023), refletindo a crescente importância das ferramentas da internet na acumulação de capital político e eleitoral (Braga; Carlomagno, 2018)

<sup>7</sup> Parlamentares *outsiders* possuem maiores médias de votos quando comparados com parlamentares estabelecidos e migrantes (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021).

### 3. O USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PELOS PARLAMENTARES BRASILEIROS: UMA VISÃO GERAL.

Antes de passarmos para a discussão do comportamento dos deputados federais nas redes digitais durante a campanha de 2022, efetuaremos uma caracterização geral deste uso na legislatura anterior, a fim de permitir uma melhor diferenciação e contraste nos padrões vigentes entre as duas legislaturas. Nesse sentido, o objetivo deste capítulo é fazer uma caracterização dos padrões de uso das principais mídias digitais dos deputados federais ao longo da 56ª legislatura da Câmara dos Deputados brasileira (abrangendo: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Youtube*) associando estes padrões com as características do recrutamento dos parlamentares, bem como do papel dessas mídias digitais na acumulação de capital social que, por sua vez, tende a gerar resultados eleitorais positivos. Assim, as questões centrais do capítulo são: i) quem foram os *outliers e influencers* no uso de mídias digitais na 56ª legislatura e qual o seu destino nas eleições de outubro de 2022?; ii) as mídias digitais foram recursos relevantes de acumulação e manutenção de capital político ao longo da legislatura de 2019-2023, possibilitando a consolidação de uma nova geração de deputados com alta presença na internet (os “*outsiders-outliers*”)?

#### 3.1. OUTSIDERS, OUTLIERS E MÍDIAS DIGITAIS NA 56ª LEGISLATURA (2019-2023)

Nossa análise inicial concentra-se na identificação e classificação das carreiras pregressas dos 513 deputados federais eleitos no pleito de 2018 com o intuito de classificar aqueles pertencentes a três tipologias de carreiras políticas. Para isso, como mostramos, iremos utilizar a técnica prosopográfica para segmentar os políticos em três categorias: os *outsiders*, os *migrantes* e os *estabelecidos*. Essa forma proposta de classificação dos parlamentares é baseada em diversos estudos envolvendo a temática, tanto a nível internacional (Barr, 2009; Carreras, 2012; Corrales, 2008), quanto a nível nacional (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021; Wisse; Braga; Padilha, 2021; Wisse; Linhares; Braga, 2022) e é inspirada, principalmente, em Carreras (2012).

Dessa forma, a tipologia proposta é definida da seguinte forma:

I. Os *outsiders* são aqueles deputados que não exerceram nenhum cargo eletivo antes do ano de 2018;

II. Os *estabelecidos* são os parlamentares que já exerceram especificamente mandatos de deputado federal anteriormente;

III. Os migrantes são os parlamentares que já possuíram carreira política eletiva prévia, em outros níveis de representação, mas nunca haviam exercido mandatos de deputado federal antes de 2018.

Em segundo lugar, procuramos caracterizar a presença digital dos 513 deputados federais eleitos no pleito de 2018 nas seguintes MSD: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Youtube* onde coletamos as informações dentro dos primeiros anos de legislatura. Assim, primeiro identificamos aqueles deputados que seriam *heavy users*, olhando para a quantidade de seguidores que cada perfil possui dentro dessas mídias sociais e a partir da seguinte fórmula:

$$Q3 + (3 \times L)$$

Onde: Q3 = Terceiro Quartil; 3 = parâmetro estatístico de 1,5 para identificar os casos extremos da distribuição; L = subtração do limite superior pelo limite inferior (Cervi, 2017). Com isso, será possível identificar através do ferramental estatístico aqueles deputados federais que conseguem agregar a maior quantidade de seguidores distinguindo-se de uma distribuição normal.

Por fim, realizamos testes de diferenças e variâncias de médias, T de *student* e ANOVA, entre a quantidade de votos obtida pelos parlamentares no pleito de 2018, suas idades, a tipologia de carreira política proposta por Carreras (2012) e sua adaptação (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021; Wisse; Braga; Padilha, 2021; Wisse; Linhares; Braga, 2022) composta pelas categorias de *outsiders*, migrantes e estabelecidos com aqueles parlamentares que são *outliers* nas mídias digitais.

Para iniciar a exposição dos resultados, primeiramente iremos apresentar informações sobre o uso do *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Youtube* pelos deputados federais brasileiros. Em seguida, apresentaremos os dados a respeito da nossa tipologia de carreira política e o cruzamento com a frequência de uso das MSD. Em terceiro lugar, iremos expor os dados a respeito do nosso universo de *outliers* e, por fim, identificar aqueles que mais ganharam seguidores nas redes assim como sua tipologia de carreira política e seu destino no pleito seguinte.

Uma das características recentes das disputas eleitorais é a difusão do uso de mídias sociais, como o *Facebook*, *Instagram*, X (*Twitter*) e *Youtube* entre os candidatos, aumentando a competição e trazendo um novo campo de atuação e embate durante os pleitos. Para além das eleições, as MSD têm se consolidado cada vez mais como importante instrumento para a gestão do dia a dia dos mandatos parlamentares e, para a 56ª legislatura, essa tendência seguiu. A

tabela abaixo resume a presença dos deputados federais nas principais MSD utilizadas por eles. Os números totais estão indicados ao lado dos percentuais em parêntesis.

**Tabela 1** - Frequência de uso das MSD pelos deputados federais (n=513)

MSD	Possui perfil na rede social ?	
	Sim	Não
<i>Facebook</i>	98% (503)	1.9% (10)
<i>Instagram</i>	98% (504)	1.9% (9)
<i>X (Twitter)</i>	87.9% (451)	12 (62)
<i>Youtube</i>	83.8% (430)	16% (83)

Fonte: GEIST (UFPR).

Ao analisar as informações presentes na tabela, percebemos que as MSD estão amplamente difundidas entre os deputados federais brasileiros sendo quase uma unanimidade de uso entre os parlamentares. No *Facebook*, rede social mais tradicional, 98% (503) deputados possuem um perfil. Esse número é o mesmo para o *Instagram*, mídia que tem ganho prominiência entre os candidatos nos últimos pleitos eleitorais e nas últimas legislaturas. O X (*Twitter*), rede social que tem por característica uma maior celeridade para a emissão de opiniões e posicionamentos da elite política, apresenta uma adesão de 87.9% (451) entre os deputados federais. Por fim, os canais no *Youtube* apresentam a adesão menor, embora ainda com altos percentuais, entre os deputados, com 83.8% (430) dos parlamentares presentes nessa rede.

Como observado em estudos anteriores (Braga; Carlomagno, 2018) até pelo menos o início da legislatura o *Facebook* continua tendo preferência de uso entre a elite política se consolidando assim como uma mídia social mais tradicional e com maior adesão. O *Instagram* segue a mesma linha, pelo seu foco de conteúdo ser a veiculação de fotos e vídeos, os chamados *reels*, a rede social apresenta importantes ferramentas para a gestão e divulgação de ações durante o mandato parlamentar, consolidando-se assim com altos percentuais de uso, inclusive ultrapassando o *Facebook* mais recentemente. O X (*Twitter*), de maneira oposta ao que alguns analistas argumentam ao início da década passada, não se tornou a rede social de preferência entre os parlamentares (Aggio, 2014) embora seu uso esteja difundido. Para o *Youtube*, o caso é similar ao do X (*Twitter*), seu uso, embora difundido, é o menor entre as MSD. Isso ocorre por alguns motivos como, por exemplo, a possibilidade de veiculação de vídeos no *Instagram* e a maior presença de eleitores em outras mídias sociais.

Como dissemos, um dos objetivos do corrente capítulo é apresentar uma tipologia de

carreira política para analisar os deputados federais e assim estabelecer alguns parâmetros para nossas análises seguintes. A intenção aqui é expor uma classificação e cruzar com as médias de votos obtidos pelos parlamentares nas eleições de 2018 com o objetivo de identificar se nossas categorias apresentam alguma variação entre a média obtida de votos. Em seguida, no próximo capítulo, utilizaremos outras métricas para verificar se o padrão se manteve no pleito de 2022.

Inicialmente, categorizamos cada um dos 513 deputados federais a partir de uma adaptação da classificação de Carreras (2012) e utilizada em trabalhos anteriores (Wisse; Braga; Padilha, 2021). Essa tipologia nos permite separar os subgrupos de parlamentares em três níveis: os *outsiders*, os estabelecidos e os migrantes.

Os dados abaixo apresentam um cruzamento das informações acerca da tipologia de carreira política desses parlamentares com os votos obtidos em 2018:

**Tabela 2** – Frequência X votação por de carreira política (56ª legislatura)

Tipologia de carreira política	Observações	
	Frequência / Percentual	Média de votação em 2018
<b>Outsider</b>	<b>17.93%(92)</b>	<b>110.481</b>
<b>Estabelecido</b>	<b>54.39% (279)</b>	<b>105.549</b>
<b>Migrante</b>	<b>27.68% (142)</b>	<b>96.509</b>
<b>Total</b>	<b>513 (100%)</b>	<b>-</b>

Fonte: GEIST (UFPR).

A apresentação desses dados demonstra uma visão geral sobre como a votação dos deputados federais, separados pelos subgrupos de carreira política, ocorreu nas eleições de 2018 e nos fornece indicativos sobre a força eleitoral de cada grupo. A primeira informação que observamos é a comparação entre frequência e média de votação dos parlamentares *outsiders* que, embora sejam os menos presentes no parlamento com apenas 17.93% dos parlamentares, eles obtiveram as maiores médias de votação em comparação com outras categorias de carreira política. Aqui, como iremos argumentar posteriormente, o capital político acumulado a partir das MSD ajuda a explicar esse volume de votos.

Os deputados federais estabelecidos foram a maioria na legislatura passada, sendo 279 parlamentares e correspondendo a pouco mais de 54% dos deputados eleitos em 2018. Entre eles, a votação média é de quase 105 mil votos. Esses dados são interessantes pois, quando comparado aos parlamentares *outsiders*, suas médias de votação são de quase 5 mil votos a menos. Os estabelecidos correspondem a pouco mais da metade do parlamento e, nesse ponto,

a experiência prévia no cargo e o acúmulo de capital político a partir dessa experiência são bons elementos explicativos. Os deputados federais *migrantes* estão em segundo lugar na frequência dentro do parlamento, sendo 142 deputados, correspondendo a quase 28% dos eleitos durante o pleito retrasado. Entretanto, embora os migrantes sejam a segunda categoria mais presente no parlamento, sua média de votação é a menor entre os subgrupos de parlamentares. O capital político, acumulado a partir de cargos anteriores em outros níveis de representação, ajuda a explicar tais votações.

Nesse sentido, vale apresentarmos a frequência de uso do *Facebook*, *Instagram*, *X* (*Twitter*) e *Youtube* por subgrupo de carreira política entre os deputados federais. Essa primeira análise é relevante pois em trabalhos exploratórios anteriores (Wisse; Braga; Padilha, 2021; Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021) algumas associações entre essas duas dimensões, MSD e carreiras políticas, puderam ser estabelecidas. A tabela abaixo demonstra a frequência de uso dessas redes por cada subgrupo de parlamentares.

**Tabela 3** - Frequência de uso das MSD pelos deputados federais por subgrupo de carreira política

MSD	Possuem perfil na rede social		
	Outsider	Estabelecido	Migrante
<i>Facebook</i>	99% (91)	97.3% (271)	98.6%(140)
<i>Instagram</i>	99% (91)	98.1% (274)	97.9%(139)
<i>Twitter</i>	88.2% (81)	88.8% (247)	86.1 (122)
<i>Youtube</i>	87.3% (80)	83% (231)	82.6% (116)

Fonte: GEIST (UFPR).

Inicialmente, os dados acima corroboram com evidências de outros trabalhos no sentido de que, com a difusão das mídias sociais pela elite política brasileira, ocorre uma redução do *digital divide* (Braga; Carlomagno, 2018) uma vez que, em todos os subgrupos de parlamentares e nas quatro MSD analisadas, o percentual de presença desses deputados nas redes foi superior a 80%.

Agora olhando especificamente para a presença nas MSD segmentada por carreira política, identificamos que, no caso do *Facebook*, os *outsiders* foram o subgrupo mais presente nessa mídia social na legislatura passada, onde 99% dos deputados possuem perfil na rede. Em segundo lugar estão os *migrantes* com 98.6% e os estabelecidos com 97.3%. A presença no *Instagram* segue linha similar, com 99% dos *outsiders* presentes nessa rede, seguido agora pelos

estabelecidos (98.1%) e *migrantes* (97.9%). No X (*Twitter*), os que tiveram mais presença são estabelecidos (88.8%), seguido pelos outsiders (88,2%) e migrantes (86.1%).

Por fim, quando olhamos para a presença no *Youtube* o dado é mais interessante: 87% dos deputados *outsiders* estão presentes nessa rede, seguido pelos estabelecidos (83%) e migrantes (82.6%). Essa última informação é interessante pois, pela diferença da presença entre os subgrupos, apresenta uma adesão maior dessa rede por parlamentares que não possuem experiência em cargos anteriormente.

Agora, iremos apresentar algumas informações sobre a quantidade de seguidores segmentada por rede social e subgrupo de carreira política.

**Tabela 4** – Média de seguidores nas MSD por subgrupo de carreira política

MSD	Médias de seguidores por rede social (2022)		
	Outsider	Estabelecido	Migrante
<i>Facebook</i>	230.060	126.562	119.438
<i>Instagram</i>	119.207	39.478	41.897
<i>X (Twitter)</i>	56.783	32.976	32.082
<i>Youtube</i>	17.474	9.531	6.408

Fonte: GEIST (UFPR).

A tabela acima fornece informações sobre a média de seguidores que cada subgrupo de deputados federais agrega nas MSD, apresentando uma interessante comparação entre essas categorias. No *Facebook*, os parlamentares *outsiders* são aqueles que mais apresentam seguidores tendo uma média de 230 mil, em segundo lugar estão os estabelecidos com uma média de 126 mil e os *migrantes* com 119 mil. No *Instagram*, a média de seguidores dos outsiders é muito superior à dos outros subgrupos, sendo de 119 mil, em segundo lugar estão os *migrantes* com uma média de 41 mil e os estabelecidos com 39 mil. Novamente, no X (*Twitter*), os outsiders apresentam médias superiores (56 mil) e, tanto os estabelecidos quanto os *migrantes*, apresentam médias similares em torno de 32 mil seguidores. Por fim, no *Youtube*, as médias de inscritos são consideravelmente menores, mas o subgrupo dos outsiders ainda possui uma média maior, com 17 mil inscritos, seguidos pelos estabelecidos com 9 mil e migrantes com 6 mil.

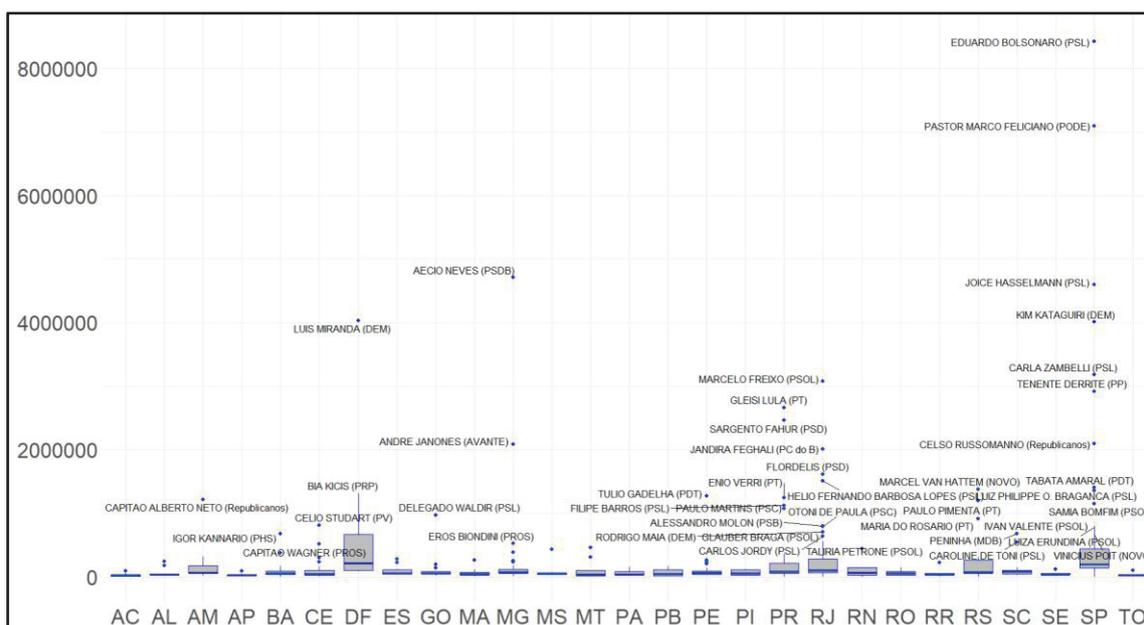
Em resumo, os *outsiders*, subgrupo de parlamentares que não detém experiência na política eletiva prévia, possui uma média de seguidores maior do que os estabelecidos, aqueles parlamentares que já possuíam cargos de deputado federal anteriormente, e os *migrantes*,

aqueles deputados que já tiveram cargos eletivos em outros níveis de representação mas nunca ocuparam o cargo na Câmara dos Deputados. Essa informação é outro indicativo sobre a maior utilização das MSD por parlamentares com um capital político mais limitado, os outsiders.

### 3.2. OS “OUTLIERS” OU USUÁRIOS INTENSIVOS DE MSD NA 56ª LEGISLATURA

Agora, o próximo passo é identificar os parlamentares que, para além da análise de médias simples, distinguem-se da curva normal na quantidade de seguidores em cada rede, os heavy users ou outliers. Para definir nosso universo de *outliers*, somamos a quantidade de seguidores no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Youtube* que os Deputados Federais obtinham em 2019 ao ingressar na 56ª legislatura (2019 - 2023). Para melhor visualização, o *boxplot* abaixo apresenta os parlamentares com maiores somas de seguidores separados por unidade federativa:

**Gráfico 3 – Maiores quantidades de seguidores por estado (56ª legislatura)**



Fonte: GEIST (UFPR).

Esse gráfico ilustra a distribuição de outliers nas principais mídias digitais por unidade da federação, atingida através dos intervalos interquartílicos de cada estado e do Distrito Federal. O primeiro ponto de análise é de que o deputado com maior quantidade de seguidores no início de 2019 é o Eduardo Bolsonaro (PSL, agora PL), seguido pelo pastor Marco Feliciano (PODE, agora PL), Aécio Neves (PSDB) e Luis Miranda (até então do DEM) e Joice

Hasselmann (até então no PSL) todos eles com mais de quatro milhões de seguidores acumulados. O restante dos outliers identificados são: Gleisi Hoffman (PT), Sargento Fahur (PSD), Marcelo Freixo (PSOL), Carla Zambelli (PSL, agora PL), Kim Kataguiri (DEM, agora UNIÃO) e Tenente Derrite (PP).

Além disso, o valor mínimo da soma de soma dos seguidores dos 513 deputados federais é de 3.047 seguidores, o valor do primeiro quartil é de 39.196 , a mediana é de 71.611, a média é de 251.082, o valor do terceiro quartil e de 151.501 e o valor máximo é de 8.422.847 seguidores. Assim, a partir da aplicação da fórmula para identificação dos valores outliers da distribuição, encontramos 11 deputados federais divididos regionalmente dessa forma:

**Tabela 5** - Frequência de uso das MSD pelos deputados federais por subgrupo de carreira política

	Região				
	Sudeste	Sul	Centro-Oeste	Norte	Nordeste
<b>Não outlier</b>	171	75	40	66	150
<b>Outlier</b>	8	2	1	0	0
<b>Total</b>	179	77	41	66	150

Fonte: GEIST (UFPR).

A maior parte dos deputados outliers na quantidade de seguidores nas mídias sociais estão localizados em estados da região sudeste, com 8 parlamentares. Em segundo lugar, a região sul agrega 2 deputados federais outliers e o centro-oeste apenas 1. As regiões norte e nordeste não apresentaram nenhum parlamentar que se destaque na soma da quantidade de seguidores no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Youtube*. Esse dado é interessante pois, na análise de deputados estaduais realizada em trabalhos anteriores (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021) a distribuição de outliers era homogênea entre as diferentes regiões e o nordeste contava com o número de 31 deputados estaduais outliers.

Além da análise acerca dos parlamentares com maiores quantidades de seguidores (*outliers*) e aqueles que estão alocados dentro da curva normal, podemos avaliar ambos os grupos a partir das variáveis de idade e votação. Essa análise é relevante para identificarmos se os *outliers* de mídias sociais são mais jovens e mais competitivos eleitoralmente. Assim, utilizamos o teste T de *student* para verificar diferenças de médias entre o grupo de outliers e não outliers:

Tabela 6 - Médias de votos e idade X somatório de seguidores

		<b>Votos</b>	<b>Idade</b>
<b>Não outlier</b>	Média	96.518	49
	Número de casos	502	502
	Desvio Padrão	58.017	11
<b>Outlier</b>	Média	442.237	42
	Número de casos	11	11
	Desvio Padrão	546.155	10

coeficientes para variável voto:  $t = -2.0992$ ,  $df = 10.005$ ,  $p\text{-value} = 0.06215$ .

coeficientes para variável idade:  $t = 1.9879$ ,  $df = 10.54$ ,  $p\text{-value} = 0.07341$

Fonte: GEIST (UFPR).

Embora a média geral dos votos dos deputados federais outliers seja consideravelmente maior do que a média dos não outliers, com uma diferença de quase 345 mil votos na média de ambos os grupos, ao aplicarmos o teste T de *student* os coeficientes retornaram valores maiores que 0.05. Ou seja, as diferenças entre ambos os grupos, embora existam, não são estatisticamente significativas. Quando olhamos para a variável idade, o caso se repete: *outliers* são ligeiramente mais jovens, 7 anos, entretanto essa diferença não é estatisticamente significativa pois o teste retornou valores superiores ao limite de 0.05. Agora, iremos realizar os cruzamentos entre os *outliers*, não *outliers* e suas respectivas carreiras políticas.

Tabela 7 – Outliers X tipologia de carreira política

		<b>Outsider</b>	<b>Estabelecido</b>	<b>Migrante</b>
<b>Não outlier</b>	Número de casos	106	255	141
<b>Outlier</b>	Número de casos	4	4	3

Fonte: GEIST (UFPR).

Pelos dados acima verificamos que a frequência de outliers e não outliers está bem distribuída entre a tipologia de carreira política. Entre os 11 parlamentares com maiores quantidades de seguidores, quatro são outsiders, quatro estabelecidos e três migrantes. Isso indica que, no geral, o uso intensivo das MSD é disperso tanto entre parlamentares com carreiras mais curtas quanto mais longas. Agora, iremos avaliar se aqueles deputados federais outliers ao início de 2019 conseguiram se reeleger no pleito de 2023.

**Tabela 8** - Número de outliers e não outliers ao início da 56ª legislatura que foram reeleitos

MSD	Reeleitos para a 57ª legislatura?	
	Outlier	Não outlier
Número de casos	8	278

Fonte: GEIST (UFPR).

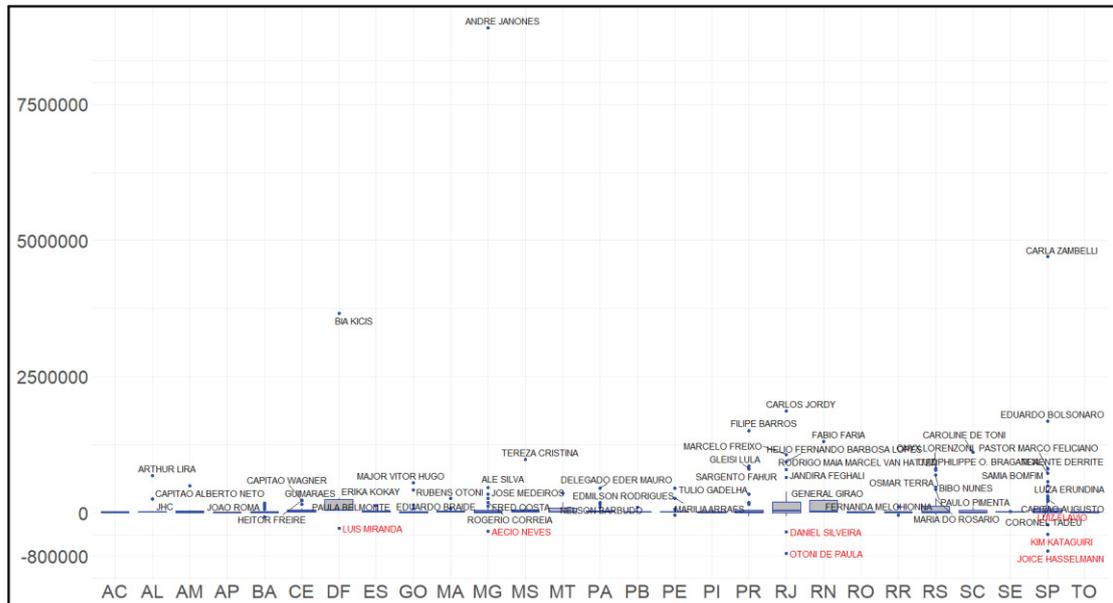
Entre os 11 parlamentares outliers na quantidade de seguidores nas MSD, 8 conseguiram a reeleição no pleito de 2022. São eles: Tenente Derrite, Pastor Marco Feliciano, Gleisi Hoffmann, Carla Zambelli, Kim Kataguirí, Sargento Fahur, Aécio Neves e Eduardo Bolsonaro. Marcelo Freixo buscou disputar outro cargo eletivo e não obteve sucesso eleitoral, Luis Miranda e Joice Hasselmann que, mesmo tentando novamente a disputa para a Câmara dos Deputados, não obtiveram sucesso eleitoral.

Até agora procuramos elencar algumas características de perfil de uso de MSD entre médias do somatório de seguidores, definição de outliers nas mídias digitais e carreira política. Entretanto, outra análise que procuramos apresentar é referente ao ganho ou perda de seguidores ao decorrer do mandato.

Ser mandatário de um cargo eletivo possibilita ao ator político uma série de formas de gestão de imagem como, por exemplo, ter uma equipe de mídia especializada no dia a dia de seu mandato, mais recursos para peças publicitárias, maior exposição na mídia entre outras. Assim, os parlamentares passam a atingir um público maior e, em tese, agregar uma maior quantidade de seguidores nas MSD.

Dessa forma, a pergunta que buscamos responder nesta seção é: entre aqueles deputados federais que mais ganharam seguidores nas MSD durante a 56 legislatura, quantos conseguiram se reeleger para a 57ª legislatura? Para isso, foram computados a soma dos seguidores obtidos pelos parlamentares durante o período do seu mandato e avaliados aqueles que mais aumentaram seu público a partir da mesma lógica utilizada para a avaliação dos outliers. O *boxplot* abaixo apresenta o resultado dessa análise.

Gráfico 4 - Maiores ganhos de seguidores por estado



Fonte: GEIST (UFPR).

Esse gráfico ilustra os parlamentares que mais ganharam seguidores nas MSD por estado. Podemos visualizar que o parlamentar que mais obteve seguidores durante o decorrer da 56ª legislatura foi o deputado André Janones que, ao início de seu mandato detinha por volta de 2 milhões de seguidores, agregou ao final da legislatura mais de 8 milhões. Um dos fatores que nos auxilia a compreender esse dado é o fato do deputado ter sido muito ativo nas MSD e encampar questões importantes acerca da política nacional como, por exemplo, ter sido uma das principais vozes em defesa do auxílio emergencial durante o período da pandemia da Covid-19. Além disso, seus embates com a ala de apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro e sua aliança com o atual mandatário fortaleceram sua presença nas MSD e impulsionam seu nome no ambiente digital.

Em seguida, entre aqueles com maiores ganhos de seguidores nas MSD, estão as deputadas aliadas do ex-presidente Jair Bolsonaro Carla Zambelli e Bia Kicis. Essas parlamentares foram base governista na 56ª legislatura (2019 - 2023) e encamparam uma defesa enfática de Bolsonaro nas MSD nos mais diversos temas de política nacional, isso garantiu a elas um aumento expressivo em seu público digital e grande influência no debate público.

Entretanto, nem todos os deputados federais obtiveram ganhos de público digital durante a 56ª legislatura (2019 - 2023) e outra análise a ser feita diz respeito aos que mais perderam seguidores durante esse período, os principais nomes aqui são: Luis Miranda, Joice Hasselmann e Kim Kataguri. Estes, de certa forma, compactuam em certos períodos com posições de Bolsonaro e assim ocorreu uma intersecção entre o público dos parlamentares e o

público bolsonarista. Entretanto, os três se afastaram de Bolsonaro ao decorrer do mandato e isso levou a perda de um público mais alinhado aos ideais do ex-presidente.

Por fim, as informações dos valores e quartis dos ganhos e perdas de seguidores são as seguintes: o menor valor encontrado, ou seja, o parlamentar que perdeu a maior quantidade de seguidores teve um decréscimo de público nas redes de -746.672. Os valores do primeiro quartil representa 5.264, a mediana é de 14.069, a média é de 112.232, o terceiro quartil é de 47.090 e o maior valor é de 8.908.723 seguidores.

O próximo passo é observar as carreiras políticas dos parlamentares da 56ª legislatura (2019 - 2023) que foram reeleitos para a 57ª legislatura (2023 - 2027) e, em seguida, realizar o cruzamento de dados sobre a carreira e o ganho de seguidores durante o mandato.

Para além, dos deputados federais que mais ganharam seguidores nas MSD durante a última legislatura, iremos avaliar qual a tipologia de carreira política entre aqueles que foram reeleitos. Inicialmente, identificamos um universo de 286 deputados federais que foram reeleitos para o cargo entre as legislaturas de 2019 - 2023 e 2023 - 2027.

Os resultados podem ser vistos na tabela abaixo.

**Tabela 9** - tipologia de carreira política e reeleição

Tipologia de carreira política	LEGISLATURA		
	Tipologia quando entraram na 56ª legislatura (2019 - 2023), n=513	Tipologia dos Reeleitos para a 57ª (2023 - 2027), n=286	Total de reeleitos por tipologia de carreira política
<b>Outsider</b>	17.9% (92)	16.4% (47)	51% (47)
<b>Estabelecido</b>	54.3% (279)	61.8% (177)	63% (177)
<b>Migrante</b>	27.6% (142)	21.6% (62)	43% (62)
<b>Total</b>	100% (513)	100% (286)	-

Fonte: GEIST (UFPR).

O dado interessante é de que entre aqueles 92 deputados federais que não ocupavam cargos eletivos antes do ano de 2018, correspondendo a 17.9% da Câmara dos Deputados, 47 *outsiders* se mantiveram no parlamento. Ou seja, 51% dos novatos na 56ª legislatura obtiveram sucesso na eleição de 2022 e foram reeleitos na Câmara dos Deputados para a 57ª legislatura. Esse dado é interessante pois dá base para argumentarmos a respeito de uma consolidação de novas lideranças, que ganharam proeminência no pleito de 2018, dentro do parlamento brasileiro.

Entre os 279 deputados federais estabelecidos na Câmara dos Deputados, aqueles que já ocuparam em algum momento de suas carreiras o cargo de deputado federal e que correspondiam a 54% do parlamento, 61.89% (177) disputaram as eleições e foram reeleitos para o mesmo cargo. Por fim, os *migrantes*, aqueles que já ocuparam cargos eletivos anteriormente mas nunca haviam ocupado o cargo de deputado federal e, na 56ª legislatura, correspondiam a 27% (142) da Câmara, 43% (62) foram reeleitos para a 57ª legislatura.

Além da permanência desses novatos dentro do parlamento, procuramos identificar se os padrões de uso de MSD desses *outsiders* se diferem do grupo de estabelecidos e *migrantes*. Para isso, utilizamos o teste de ANOVA para averiguar se ocorre variâncias de médias estatisticamente significativas entre a quantidade de seguidores que os deputados federais ganharam ao decorrer do mandato com a tipologia de carreira política.

**Tabela 10** - Teste de ANOVA para ganho ou perda de seguidores por carreira política (n=286)

Média de ganho de seguidores durante a 56ª legislatura	Tipologia de carreira política		
	Outsider	Estabelecido	Migrante
<b>MÉDIA</b>	310.924	76.619	252.391
<b>DESVIO PADRÃO</b>	868.986	195.608	1.174.756

coeficientes para variável média de ganho de seguidores: Pr (>F) = 0.0434\*  
Fonte: GEIST (UFPR).

A média de seguidores ganhos entre os 286 deputados federais que foram reeleitos entre a 56ª e 57ª legislatura por carreira política é um bom indicativo de similaridade ou diferença nos padrões de uso de MSD pelos deputados federais. Nesse sentido, a média de ganho de seguidores no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Youtube* dos parlamentares *outsiders* é de 310.924. Tal valor é muito superior ao ganho por parte dos parlamentares estabelecidos, onde sua média é de 76.619 seguidores. Os deputados federais *migrantes* obtiveram, em média, um ganho de 252.391 seguidores, assemelhando-se com o ganho médio obtido pelos *outsiders*.

Além disso, o coeficiente de significância do teste de Análise de Variância (ANOVA) indica que essas diferenças são estatisticamente significativas entre os grupos (Pr (>F) = 0.0434\*). Ou seja, nesse caso, os *outsiders* ganharam uma média de seguidores significativamente maior que os estabelecidos e os migrantes aproximam-se do ganho dos *outsiders*.

Concluindo, podemos afirmar que no presente capítulo buscamos apresentar uma abordagem panorâmica das relações entre carreira política e uso das principais MSD

(Facebook, Instagram, X (Twitter) e Youtube) utilizadas pelos deputados federais eleitos para a 56ª legislatura (2019-2023) procurando articular a análise de estudos que separam as dimensões de comunicação e carreira política. Para isso, examinamos dados empíricos acerca da utilização das mídias sociais durante o período de mandato parlamentar daqueles eleitos no pleito de 2018 e cruzamos tais informações com uma adaptação da tipologia de carreiras políticas proposta por Miguel Carreras (2012) e utilizada em trabalhos anteriores (wisse; Braga; Padilha, 2021).

Depois desta primeira etapa, procuramos compreender as características, tanto de carreira política quanto de uso de MSD, daqueles parlamentares que se elegeram nas eleições de 2018 para a 56ª legislatura (2019 - 2023) e se reelegeram para o cargo de deputado federal nas eleições seguintes (2022) para a 57ª legislatura (2023 - 2027).

A partir disso, levantamos as seguintes questões de pesquisa para serem abordadas no capítulo: i) quem foram os outliers e *influencers* no uso de mídias digitais na 56ª legislatura e qual o seu destino nas eleições de outubro de 2022?; ii) as mídias digitais foram recursos relevantes de acumulação e manutenção de capital político ao longo da legislatura de 2019-2023, possibilitando a consolidação de uma nova geração de deputados com alta presença na internet (os “outsiders-outliers”)?

Para responder a primeira questão, levantamos as informações sobre a quantidade de seguidores obtidos por cada parlamentar em 2019 ao início de seus mandatos e aplicamos a fórmula para identificar aqueles deputados que destacam-se na quantidade de seguidores nas MSD. Entre os 11 deputados federais outliers nas MSD, 10 disputaram a reeleição e 8 se elegeram: Tenente Derrite, Pastor Marco Feliciano, Gleisi Hoffmann, Carla Zambelli, Kim Kataguirí, Sargento Fahur, Aécio Neves e Eduardo Bolsonaro.

Luis Miranda, um dos outliers que não obteve sucesso eleitoral, atingiu apenas 9 mil votos no pleito de 2022. Eleito em 2018 na pela onda bolsonarista, Miranda era um *outsider* na política e, neste pleito, tinha obtido mais de 65 mil votos. Seu rompimento com suas raízes bolsonaristas, no âmbito da CPI da pandemia de Covid-19, foi um dos motivos que impulsionou seu fracasso eleitoral. Joice Hasselmann, outra outlier-outsider na Câmara dos Deputados que, assim como Luis Miranda, elegeu-se na onda bolsonarista de 2018, após romper com essa ala política, não obteve sucesso eleitoral. Sua votação em 2018 foi de impressionantes 1.078.666 votos, enquanto no pleito de 2022 a ex-parlamentar obteve apenas 13.679 votos.

Marcelo Freixo, parlamentar com extensa carreira na política eletiva prévia e que agrega grandes quantidades de seguidores nas MSD, sendo eleito para deputado estadual pela primeira vez em 2006, buscou voos maiores e disputou o pleito de 2022 para o cargo de Governador do

Rio de Janeiro. Seu desempenho eleitoral, mais de 2 milhões de votos, garantiu um segundo lugar nas eleições do estado.

Para responder a segunda questão levantada neste breve apanhado, apresentamos inicialmente informações sobre os maiores ganhos de seguidores por parlamentar segmentados por estado para dar um apanhado geral do universo analisado. Em seguida, identificamos que entre os 286 deputados federais reeleitos 41, ou 51% entre aqueles que ingressaram na na carreira política em 2018 como outsiders, consolidaram-se como lideranças na Câmara dos Deputados para a legislatura seguinte. Além disso, descobrimos que a média de ganho de seguidores dos parlamentares outsiders em 2018 e que foram reeleitos para a legislatura seguinte é maior e estatisticamente significativa ( $Pr(>F) = 0.0434^*$ ) do que a dos outros grupos de carreira política dos parlamentares. Ou seja, isso é um indicativo de que o ganho médio de seguidores nas mídias digitais pode ter sido um recurso relevante de acumulação e manutenção de capital político ao longo da 56 legislatura (2019-2023), possibilitando a consolidação de deputados federais outsiders-outliers no parlamento.

Por fim, os achados do presente capítulo possibilitam hipóteses para estudos futuros. Em nossa avaliação, para além de averiguar apenas o público digital, medido no estudo pelo somatório da quantidade de seguidores nas MSD dos parlamentares, é necessário averiguar o alcance obtido por esses deputados. Além de uma grande quantidade de seguidores, qual é o tamanho de público que esses outsiders-outliers conseguem alcançar?

É a esta tarefa que nos dedicaremos no próximo capítulo, ao tentar analisar o engajamento provocado pelos deputados eleitos no pleito de outubro de 2022, bem como se se mantiveram, na nova legislatura, algumas das características da legislatura anterior.

#### 4. OS DEPUTADOS FEDERAIS DA 57ª LEGISLATURA E O ENGAJAMENTO DIGITAL DURANTE A CAMPANHA ELEITORAL DE 2022: OUTSIDERS E INFLUENCIADORES NAS DIFERENTES MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS.

Dando início à apresentação detalhada dos resultados da pesquisa, iremos, em primeiro lugar, apresentar as frequências das diferentes categorias de carreira política entre os deputados federais brasileiros eleitos para compor a 57ª legislatura. Essas informações iniciais oferecem uma visão panorâmica das trajetórias políticas desses parlamentares, destacando a predominância de determinados perfis políticos no Congresso Nacional.

Com base nos dados presentes na tabela abaixo, é possível observar que os chamados "estabelecidos", ou seja, os deputados que já exerceram o cargo de deputado federal em legislaturas anteriores, representam a maior parte dos membros do congresso brasileiro. Esse fato evidencia a continuidade política como uma característica marcante na composição do poder legislativo federal, em detrimento da troca de cargos ou da proeminência de lideranças sem experiência prévia política.

**Tabela 11** - Frequência de parlamentares por carreira política (n=513 deputados federais)

Carreira Política	Frequência	Percentual
Estabelecido	315	61.5%
Migrante	115	22.4%
Outsider	83	16.1%
Total	513	100%

Fonte: GEIST (UFPR).

Ao analisar a composição do Congresso Nacional em termos das categorias de carreira política, observa-se que os parlamentares estabelecidos ocupam a maior parte das cadeiras, totalizando 315 deputados federais, o que corresponde a uma maioria de 61,5% do total de representantes eleitos em 2022. Em seguida, aparecem os parlamentares classificados como migrantes. Essa categoria, que abrange aqueles que vieram de outros cargos políticos eletivos e nunca ocuparam cargos de deputado federal, reúne um total de 115 parlamentares. Eles representam 22,4% do corpus da pesquisa, indicando uma parcela relevante, embora significativamente menor em relação aos estabelecidos.

Por fim, encontram-se os parlamentares *outsiders*, grupo composto por 83 deputados, correspondendo a 16,1% do total. Esses parlamentares são caracterizados pela ausência de experiência prévia em cargos eletivos, marcando a entrada de figuras externas ao cenário político tradicional. A presença deles sugere uma abertura, ainda que menor em comparação com as demais categorias, para novos perfis de representação política dentro da Câmara dos Deputados.

Seguindo com a análise, uma das características indicadas pela literatura envolvendo o uso de tecnologias digitais e a ascensão de *outsiders* (Richards, 2017; Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021) é o uso efetivo de MSD para conquistar proeminência na arena política. Devido às dificuldades de acesso a recursos e capital político, os *outsiders* recorrem a estratégias alternativas para ganhar relevância, destacando-se, nesse contexto, o uso das mídias sociais. Dessa forma, a tabela abaixo apresenta os dados referentes ao somatório de engajamento (curtidas, comentários e compartilhamentos nas publicações do *Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *Youtube* e *TikTok*) durante o período eleitoral de 2022.

**Tabela 12** - Descritivas de engajamento por carreira política durante o período de campanha eleitoral (ago/out de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	71.131	151.575	2.755.660	479.049	210.378.986
Migrante	0	91.602	172.810	2.514.733	467.672	153.382.679
Outsider	6.087	108.920	239.665	3.370.575	655.236	8.1484.814

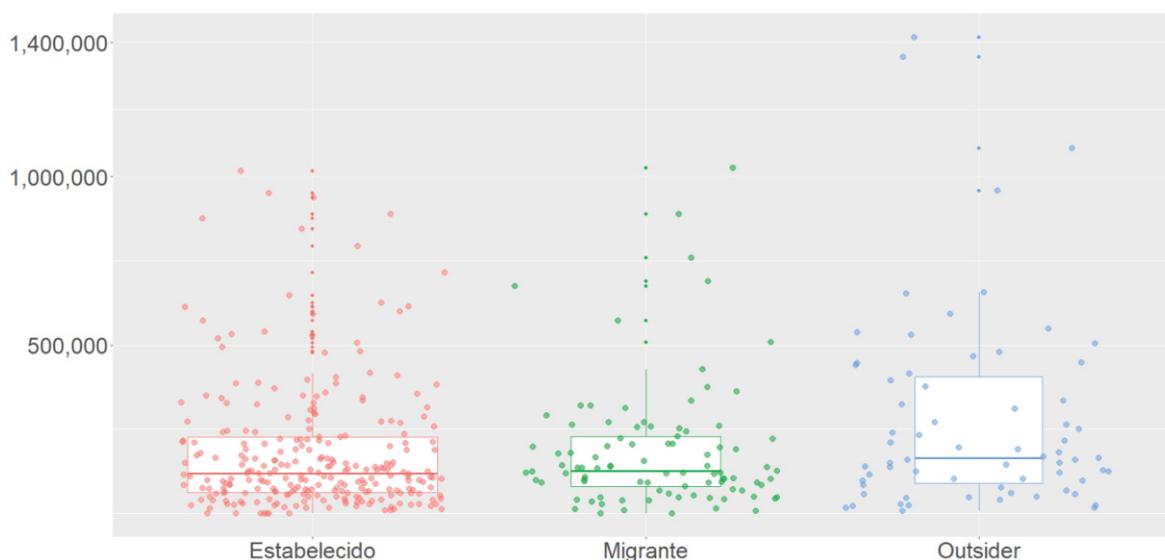
Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Quando separamos o somatório de engajamento nas MSD por carreira política identificamos que os estabelecidos apresentam um valor mínimo de 0, indicando que ao menos um parlamentar excluiu suas publicações após o período de campanha eleitoral ou não possui perfil em alguma rede social. Entre o primeiro quartil, o somatório de engajamento é de 71.131, a mediana é de 151.575 e o valor do terceiro quartil representa um volume de engajamento de 479.049. A média da distribuição entre os estabelecidos é de 2.755.660 e o valor máximo chega até 210.378.986 no somatório de engajamento.

Entre os migrantes, essa categoria apresenta valor mínimo de 0, indicando que ao menos um parlamentar excluiu suas publicações após o período de campanha eleitoral ou não possui perfil em alguma rede social. Entre o primeiro quartil, o somatório de engajamento é de 91.602, a mediana é de 172.810 e o valor do terceiro quartil representa um volume de engajamento de 467.672. A média da distribuição entre os estabelecidos é de 2.514.733 e o valor máximo chega até 153.382.679 no somatório de engajamento.

Entre os deputados *outsiders*, o valor mínimo no somatório de engajamento é de 6.087. Entre o primeiro quartil, o somatório de engajamento é de 108.920, a mediana é de 239.665 e o valor do terceiro quartil representa um volume de engajamento de 655.236. A média da distribuição entre os estabelecidos é de 3.370.575 e o valor máximo chega até 8.1484.814 no somatório de engajamento. O Gráfico 3 apresenta visualmente os valores das estatísticas descritivas:

**Gráfico 5** - Boxplot: somatório de engajamento por carreira política (n=513 deputados federais)



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Com o gráfico<sup>8</sup> é possível identificar visualmente a distribuição do somatório de engajamento por categoria de carreira política. Comparando as três categorias, os estabelecidos (315 deputados) apresentam uma distribuição em torno da mediana menor do que as outras categorias de parlamentares porém com valores máximos maiores. Os migrantes (115 deputados), por sua vez, apresentam valores de primeiro quartil e mediana maiores do que dos estabelecidos e valores de média, terceiro quartil e valor máximo inferior aos estabelecidos.

<sup>8</sup> *Outliers* retirados da visualização gráfica.

Entre os *outsiders* (83 deputados), valores de primeiro quartil, mediana terceiro quartil e média são maiores do que as categorias anteriores, porém, os valores máximos são consideravelmente menores.

#### 4.1. PARLAMENTARES OUTSIDERS POSSUEM UM MAIOR ENGAJAMENTO NA COMPARAÇÃO COM ESTABELECIDOS E MIGRANTES?

Até o momento, foi possível notar diferenças entre o somatório de engajamento nas redes durante o período eleitoral de 2022 com as categorias de carreira política (*outsiders*, estabelecidos e migrantes). Mas, em média, essas diferenças são estatisticamente significativas? Ou seja, é possível confirmar a primeira hipótese da presente dissertação? Para isso, avaliamos a variância da média do somatório de engajamento por cada tipo de carreira política.

**Tabela 13** - Teste de ANOVA: engajamento por carreira política (n=513 deputados federais)

Carreira Política	DF	Sum Sq	Mean Sq	F value (ANOVA)	Shapiro Test	Bartlett Test
Carreira Política	2	36998117992876	18499058996438	0.0902	0.000	0.1115
Residuais	510	104582985801657584	205064678042466	-	-	-

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Em primeiro lugar, foi aplicado o teste de shapiro para avaliar se a distribuição dos dados, no caso, o somatório de engajamento, se aproxima de uma distribuição normal. O resultado foi um coeficiente de 0.00, indicando que os dados não seguem uma distribuição normal. Nesse sentido, um dos pressupostos do teste de ANOVA, que é a normalidade da variável dependentes, foi quebrado. Ainda testando os pressupostos do ANOVA, outro pressuposto do teste é a homogeneidade de variância entre os grupos. Para avaliar a homogeneidade dos dados, foi utilizado o teste Bartlett que indicou um valor de P maior que 0.05. Ou seja, a hipótese nula foi aceita e os dados não apresentam homogeneidade entre si. Mesmo que ambos os pressupostos do ANOVA tenham sido rejeitados, em uma análise preliminar, iremos ignorar os pressupostos do teste e desconsiderar as especificidades das análises paramétricas

Voltando ao teste de ANOVA, o mesmo retornou um coeficiente maior que 0.05, indicando que, não existe diferença estatisticamente significativa entre o somatório de

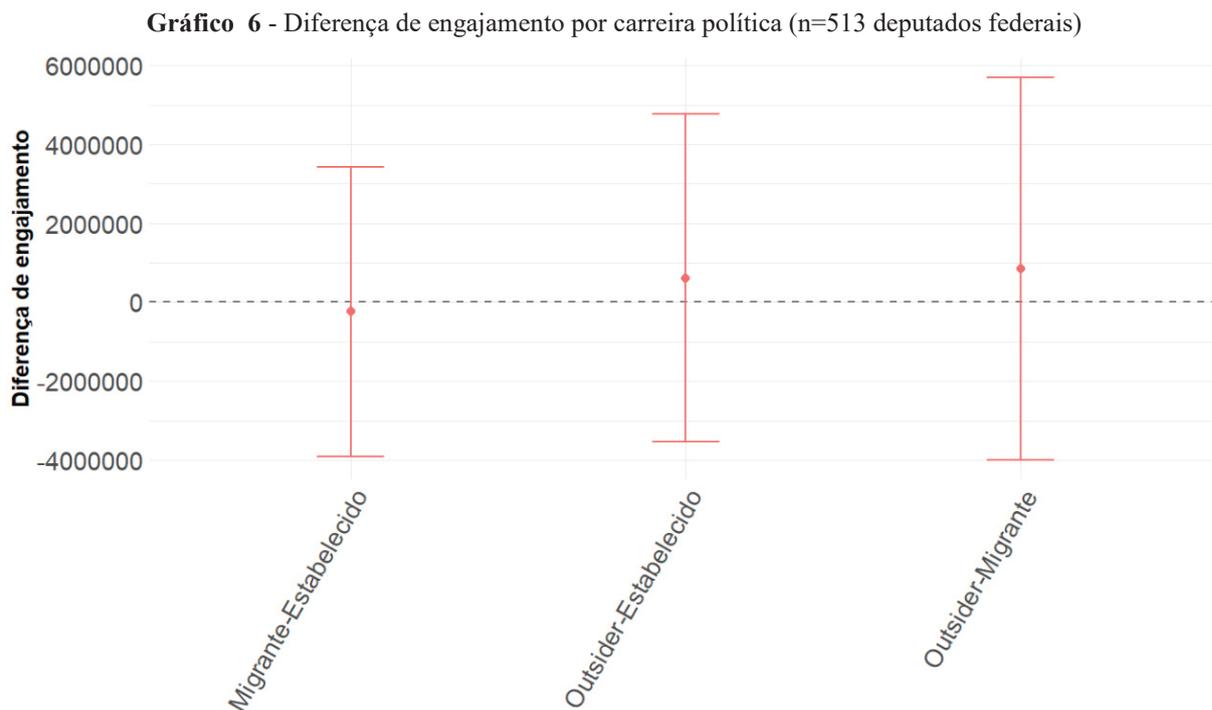
engajamento durante o período eleitoral de 2022 e os grupos de carreira política. Agora, com o intuito de apresentar maior base argumentativa para os resultados, aplicamos o *post hoc* de Tukey.

**Tabela 14** - Teste post hoc de Tukey: engajamento por carreira política (n=513 deputados federais)

Carreira Política	diff	lwr	upr	p. ajustado
Migrante-Estabelecido	-240927.0	-3.908.252	3.426.398	0.9869399
Outsider-Estabelecido	614914.6	-3.538.130	4.767.960	0.9354239
Outsider-Migrante	855841.6	-3.992174	5.703.858	0.9094813

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR)

Como esperado após a análise do coeficiente do teste de ANOVA, os valores para o teste de Tukey, em todos os três grupos de carreira política, não apresentaram coeficientes estatisticamente significativos. Entre os grupos de migrante e estabelecidos, a diferença média dos foi de -240927.0, os limites superiores e inferiores apresentaram valores de -3.908.252 e 3.426.398 e o p valor ajustado foi de 0.98. Já entre o grupo de *outsiders* e estabelecidos, a diferença média foi de 614914, os limites superiores e inferiores apresentaram valores de -3.538.130 e 4.767.960 e o valor de p foi de 0.93. O teste entre os grupos de *outsiders* e estabelecidos resultou em uma diferença média de 614914.6, os limites superiores e inferiores apresentaram valores de -3.538.130 e 4.767.960 e o p valor ajustado foi de 0.93. O gráfico abaixo apresenta visualmente esses dados:



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Com uma diferença de -240927.0, o grupo dos migrantes em comparação com os estabelecidos apresentam a menor diferença no somatório de engajamento que as demais carreiras políticas. Entre os *outsiders* e estabelecidos a diferença foi de 614914.6 e para os grupos de *outsiders* e migrantes, comparação com maior diferença entre as carreiras políticas, os valores representaram uma diferença de 855841.6. Entretanto, todas essas diferenças não são estatisticamente significativas.

#### 4.2. PLATAFORMAS DE MSD E PERFIS POLÍTICOS: A DISTRIBUIÇÃO DE PARLAMENTARES “INFLUENCERS” ENTRE OS ESTABELECIDOS, MIGRANTES E OUTSIDERS.

Agora, iremos realizar uma análise, segmentada por rede social e entre os estabelecidos, migrantes e *outsiders*, para identificar quais categorias de carreira política apresentam maior frequência entre aquelas parlamentares considerados “*influencers*” em mídias sociais.

### 4.3 FACEBOOK COMO PLATAFORMA DE INFLUÊNCIA DIGITAL PARA PARLAMENTARES MIGRANTES

Os resultados apresentados até o momento indicam que, em uma análise agregada, não há diferenças na variação de médias estatisticamente significativas entre o somatório de engajamento agregado pelas MSD (*Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok*) em comparação com o tipo de carreira política dos deputados. Entretanto, é possível identificar diferenças entre a carreira política em cada uma das MSD analisadas? Em outras palavras, a presente seção visa identificar as nuances entre os *outsiders*, migrantes e estabelecidos no uso efetivo de cada mídia social durante o período de disputa eleitoral.

Visando responder a segunda hipótese da presente dissertação é necessário retomar brevemente ao que indicam estudos anteriores sobre o tema. Nesse sentido, trabalhos anteriores (Padilha; Braga, 2023; Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021) revelam que o público digital dos parlamentares, mensurado pela quantidade de seguidores, é um indicativo de diferença no padrão de uso das MSD entre os tipos de carreiras políticas. Com isso, esta seção se propõe a apresentar um cruzamento de dados sobre o engajamento e a quantidade de seguidores segmentada por rede social e tipo de carreira política.

Em primeiro lugar, vamos apresentar estatísticas descritivas acerca das métricas relacionadas ao engajamento no *Facebook*, durante o período eleitoral de 2022, segmentada por carreira política. A tabela abaixo indica as estatísticas descritivas do engajamento no *Facebook*:

**Tabela 15** - Descritivas de engajamento no *Facebook* por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	9.960	32.717	642.719	129.635	49.820.438
Migrante	0	4.749	29.575	442.103	123.910	16.472.422
Outsider	0	1.912	12.587	750.295	70.757	48.213.852

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os estabelecidos, o valor mínimo do engajamento no *Facebook* é de 0, indicando que ao menos um parlamentar excluiu suas publicações após o período de campanha eleitoral

e/ou algum parlamentar não possui perfil na rede social. Entre o primeiro quartil, o engajamento no *Facebook* é de 9.960, a mediana é de 32.717, o valor do terceiro quartil representa 129.635. A média da distribuição de engajamento no *Facebook* entre os estabelecidos é de 642.719 e o valor máximo é de 49.820.438.

O grupo dos migrantes também apresenta um valor mínimo de 0 no somatório de engajamento no *Facebook*. Entre o primeiro quartil, o engajamento no *Facebook* é de 4.749, a mediana é de 29.575, o valor do terceiro quartil representa 123.910. A média da distribuição de engajamento no *Facebook* entre os migrantes é de 442.103 e o valor máximo é de 16.472.428.

Por fim, os *outsiders* apresentam valor mínimo de engajamento no *Facebook* de 0. Entre o primeiro quartil, o engajamento no *Facebook* é de 1.912, a mediana é de 12.587, o valor do terceiro quartil representa 70.757. A média da distribuição de engajamento no *Facebook* entre os migrantes é de 750.295 e o valor máximo é de 48.213.852. Agora, iremos apresentar as descritivas de seguidores no *Facebook* por carreira política.

**Tabela 16** - Descritivas de seguidores no *Facebook* por carreira (agosto - outubro de 2022 )

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	25.181	55.116	223.395	131.820	4.404.994
Migrante	0	10.160	32.001	202.809	57.919	8.094.309
Outsider	0	258	4.576	334.362	30.974	20.135.413

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os estabelecidos, o valor mínimo do engajamento no *Facebook* é de 0, indicando que ao menos um parlamentar não utilizou o *Facebook* durante o período de campanha eleitoral ou não possui perfil na rede social. Entre o primeiro quartil, a quantidade de seguidores no *Facebook* é de 25.181, a mediana é de 55.116, o valor do terceiro quartil representa 131.820. A média da distribuição de seguidores no *Facebook* entre os estabelecidos é de 223.395 e o valor máximo é de 4.404.994.

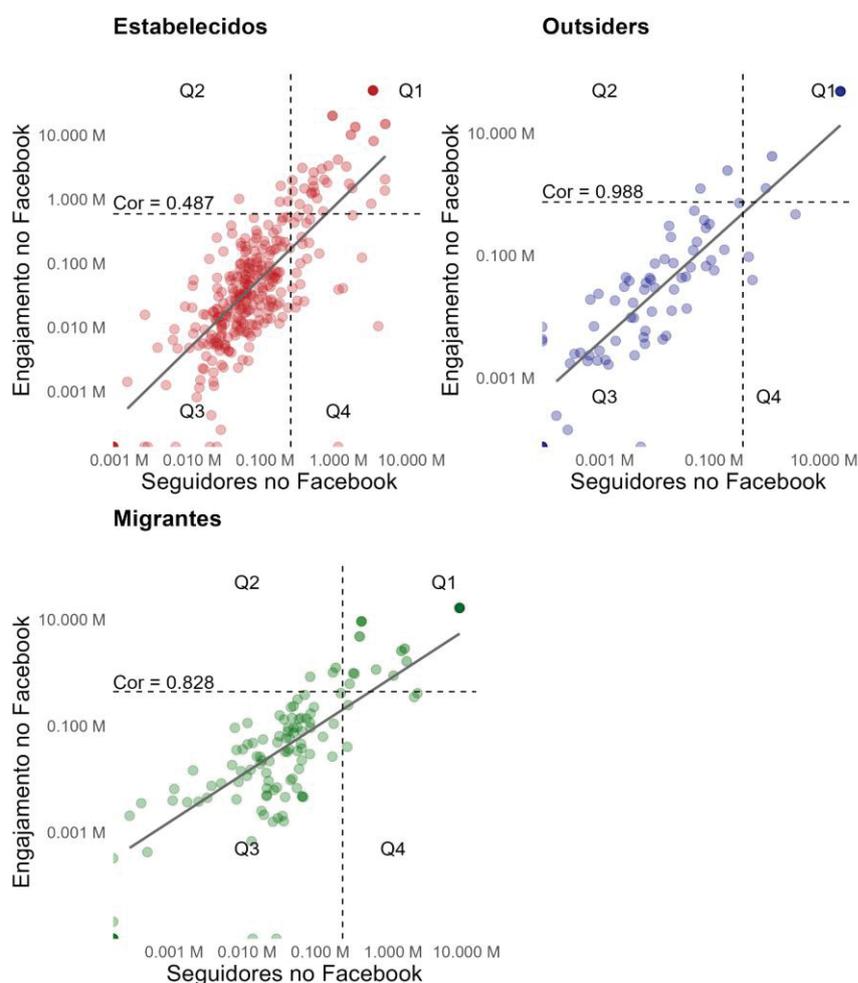
O grupo dos migrantes também apresenta um valor mínimo de 0 na quantidade de seguidores no *Facebook*. Entre o primeiro quartil, a quantidade de seguidores no *Facebook* é de 10.160, a mediana é de 32.001, o valor do terceiro quartil representa 57.919. A média da

distribuição de seguidores no *Facebook* entre os migrantes é de 202.809 e o valor máximo é de 8.094.309.

Por fim, o grupo dos *outsiders* apresenta um valor mínimo de seguidores no *Facebook* de 0. Entre o primeiro quartil, a quantidade de seguidores no *Facebook* é de 258, a mediana é de 4.576, o valor do terceiro quartil representa 30.97. A média da distribuição de engajamento no *Facebook* entre os outsiders é de 334.362 e o valor máximo é de 20.135.413.

Assim, agora vamos analisar se existe algum tipo de correlação entre a quantidade de engajamento e seguidores no *Facebook* entre as tipologias de carreira política.

**Gráfico 7** - *Facebook*: correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os deputados federais estabelecidos, a correlação entre a quantidade de engajamento no *Facebook* e a quantidade de seguidores na rede apresentou um coeficiente de

0.4.87, indicando uma correlação média entre as variáveis. Ou seja, para essa rede social e tipo de carreira política, apresentar uma alta quantidade de seguidores não está diretamente correlacionado com um maior engajamento durante o período eleitoral.

Já entre os deputados federais migrantes, a correlação entre a quantidade de engajamento no *Facebook* e a quantidade de seguidores na rede apresentou um coeficiente de 0.82, indicando uma correlação alta entre as variáveis. Em outras palavras, para essa rede social e tipo de carreira política, apresentar uma alta quantidade de seguidores está associada a um alto engajamento no *Facebook*.

Sendo a maior correlação entre engajamento e seguidores no *Facebook*, o coeficiente de correlação entre os *outsiders* apresentou um valor de 0.98, indicando uma altíssima correlação entre as variáveis. Em outras palavras, para esse grupo e para esta rede social, apresentar um alto volume de seguidores está correlacionado com um alto engajamento no *Facebook* durante o período eleitoral.

Agora, iremos realizar a análise dos quadrantes para identificar quais são as porcentagem de parlamentares estabelecidos, migrantes e *outsiders* em cada quadrante a analítico.

**Tabela 17 - Facebook: quadrantes por categoria de carreira política**

	Quadrante analítico	Número total de deputados	Porcentagem de deputados
<b>Estabelecido</b>	Q1	29	9.2%
	Q2	6	1.9%
	Q3	259	82.2%
	Q4	21	6.7%
<b>Migrante</b>	Q1	16	13.9%
	Q2	3	2.6%
	Q3	92	80%
	Q4	4	3.5%
<b>Outsider</b>	Q1	10	8.7%

	Q2	0	0%
	Q3	100	87%
	Q4	5	4.3%

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os estabelecidos, no primeiro quadrante (Q1), encontram-se 29 deputados, representando 9,2% dos deputados dessa categoria, que se destacam como parlamentares "*influencers*", combinando alto engajamento e alto volume de seguidores. Dentre os estabelecidos "*influencers*" no *Facebook* destacam-se Carla Zambeli (PL-SP) com alto engajamento e Marco Feliciano (PL-SP) com um alto volume de seguidores.

Já no segundo quadrante (Q2), há 6 deputados, ou 1,9% dos estabelecidos, que, apesar de contarem com um número expressivo de seguidores, apresentam um engajamento relativamente baixo em suas publicações durante o período eleitoral. No terceiro quadrante (Q3), estão 259 deputados, correspondendo a 82,2% dos estabelecidos, que possuem tanto um baixo volume de seguidores quanto um baixo engajamento, indicando uma presença digital mais discreta. Por fim, no quarto quadrante (Q4), 21 deputados, ou 6,7% dos estabelecidos, chamam a atenção por conseguirem um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores, demonstrando uma capacidade de interação além de suas redes imediatas.

Dentre os migrantes, 16 deputados, ou 13,9%, estão posicionados no primeiro quadrante (Q1), onde se observa um equilíbrio entre alto engajamento e alto volume de seguidores, caracterizando-os como figuras de destaque no cenário digital e sendo considerados parlamentares "*influencers*" no *Facebook*. Nesse quadrante, os principais parlamentares que se destacam são André Janones (AVANTE-MG) na quantidade de seguidores e Mauricio Marcon (PODE-RS)

No segundo quadrante (Q2), 3 deputados, representando 2,6% dos migrantes, possuem um grande número de seguidores, mas falham em converter essa audiência em engajamento significativo. O terceiro quadrante (Q3) abriga 92 deputados, ou 80% dos migrantes, que apresentam tanto um baixo volume de seguidores quanto um baixo engajamento, sugerindo uma presença digital menos impactante. Por outro lado, no quarto quadrante (Q4), 4 deputados, ou 3,5% dos migrantes, destacam-se por alcançarem um alto engajamento mesmo com um número limitado de seguidores, indicando uma habilidade de mobilizar sua base digital de forma eficiente.

Por fim, no primeiro quadrante (Q1) dos parlamentares *outsiders*, 10 deputados, ou 8,7% dos parlamentares nessa categoria, emergem como figuras influentes, com métricas que assemelham-se às de influenciadores digitais, graças ao alto engajamento e ao alto volume de seguidores. Entre os *outsiders* e *influencers* no *Facebook*, destacam-se Fábio Teruel (MDB-SP) e Guilherme Boulos (PSOLSP) que, apesar de ter concorrido à presidência em 2018, ocupou seu primeiro cargo eletivo em 2022 como deputado federal.

No segundo quadrante (Q2), nenhum deputado *outsider* se enquadra. O terceiro quadrante (Q3) reúne 100 deputados, ou 87% dos *outsiders*, que possuem uma presença digital modesta, com baixo engajamento e baixo volume de seguidores. Por fim, no quarto quadrante (Q4), 5 deputados, ou 4,3% dos *outsiders*, destacam-se ao alcançar um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores, evidenciando uma capacidade de conectar-se com seu público de maneira eficaz.

#### 4.4 INSTAGRAM COMO ESPAÇO DE VISIBILIDADE DIGITAL PARA PARLAMENTARES OUTSIDERS

Agora, iremos realizar a análise envolvendo carreira política, engajamento e seguidores segmentado por carreira política no *Instagram*. Assim, apresentaremos as estatísticas descritivas relacionadas ao engajamento obtido durante o período de campanha eleitoral de 2022. A tabela abaixo indica esses valores segmentados por tipo de carreira política dos deputados federais.

**Tabela 18** - Descritivas de engajamento no *Instagram* por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	46.522	100.108	1.520.045	255.420	140.460.718
Migrante	0	62.057	118.050	1.182.755	266.122	80.151.812
Outsider	0	80.320	196.089	1.772.591	478.071	43.615.349

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os parlamentares estabelecidos, o engajamento mínimo no *Instagram* é de 0, indicando que ao menos um parlamentar excluiu suas publicações após o período de campanha

eleitoral e/ou algum parlamentar não possui perfil na rede social. O primeiro quartil apresenta um engajamento de 46.522, a mediana é de 100.108, e o terceiro quartil alcança 255.420. A média do engajamento nesse grupo é de 1.520.045, enquanto o valor máximo atinge 140.460.718.

No grupo dos migrantes, o engajamento mínimo no *Instagram* também é de 0. O primeiro quartil apresenta um valor de 62.057, a mediana é de 118.050, e o terceiro quartil alcança 266.122. A média de engajamento entre os migrantes é de 1.182.755, com um valor máximo de 80.151.81.

Por sua vez, os *outsiders* registram um engajamento mínimo no *Instagram* é de 0. No primeiro quartil, o engajamento é de 80.320, enquanto a mediana alcança 196.089 e o terceiro quartil, 478.071. A média do engajamento no grupo dos *outsiders* é de 1.772.591, com um valor máximo de 43.615.349. A seguir, apresentaremos as estatísticas descritivas referentes ao número de seguidores no *Instagram*, de acordo com a trajetória política de cada grupo.

**Tabela 19** - Descritivas de seguidores no *Instagram* por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	16.528	28.104	150.094	61.720	5.800.330
Migrante	0	15.308	25.023	162.396	55.576	5.578.050
Outsider	0	12.562	37.241	244.624	131.430	3.599.114

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os parlamentares estabelecidos, o número mínimo de seguidores no *Instagram* é 0, indicando que ao menos um parlamentar não possui perfil na rede social. No primeiro quartil, o número de seguidores é de 16.528; a mediana, 28.104; e o terceiro quartil, 61.720. A média de seguidores nesse grupo é de 150.094, com um valor máximo de 5.800.330.

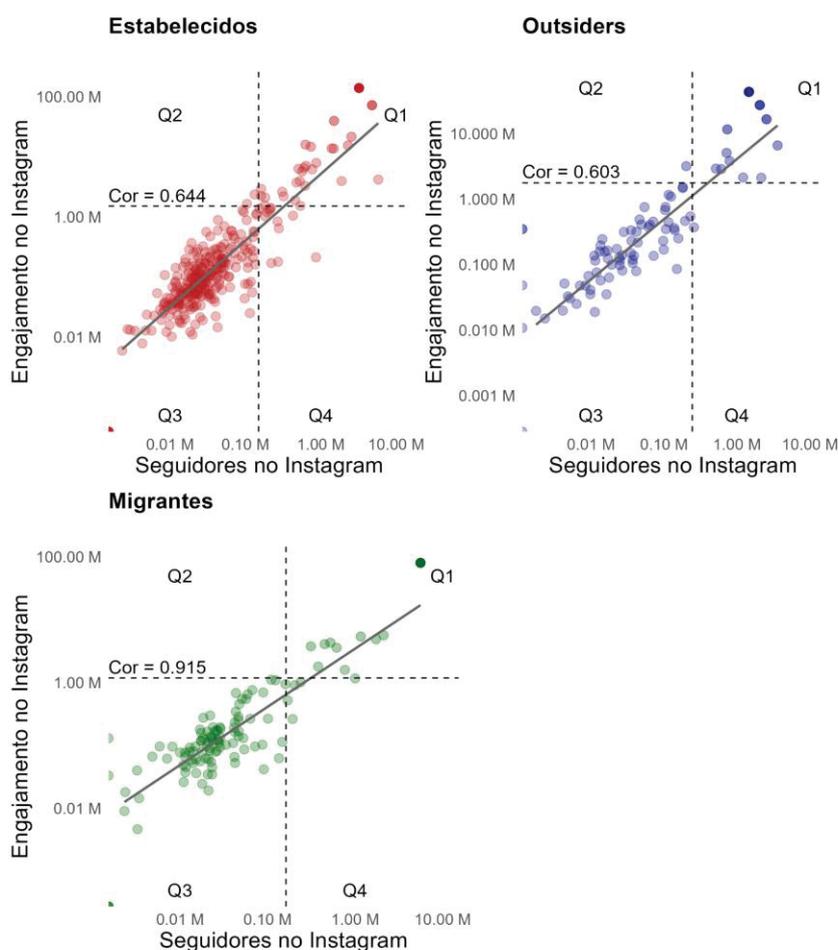
Para os migrantes, o número mínimo de seguidores também é 0. No primeiro quartil, os seguidores somam 15.308; a mediana é de 25.023; e o terceiro quartil alcança 55.576. A média de seguidores entre os migrantes é de 162.396, com um valor máximo de 5.578.050.

Entre os *outsiders*, o número mínimo de seguidores no *Instagram* também é 0. O primeiro quartil registra 12.562 seguidores, a mediana é de 37.241, e o terceiro quartil chega a

131.430. A média de seguidores no grupo é de 244.624, enquanto o valor máximo atinge 3.599.114.

Dando continuidade, analisaremos a existência de correlação entre o engajamento e a quantidade de seguidores no *Instagram* entre as tipologias de carreira política.

**Gráfico 8 - Instagram:** correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os deputados federais estabelecidos, a correlação entre o engajamento no *Instagram* e o número de seguidores apresentou um coeficiente de 0.644, indicando uma relação moderada entre as variáveis. Isso significa que, para essa rede social e esse grupo político, ter uma grande quantidade de seguidores não está necessariamente associado a um maior engajamento durante o período eleitoral.

Em relação aos deputados federais migrantes, a correlação entre o engajamento no *Instagram* e o número de seguidores na rede apresentou um coeficiente de 0.915, indicando uma alta relação entre as variáveis. Isso significa que, para o *Instagram* e os migrantes, ter uma grande quantidade de seguidores está associado a um maior engajamento durante o período de campanha eleitoral.

Já entre os deputados federais *outsiders*, a correlação entre o engajamento no *Instagram* e o número de seguidores alcançou um coeficiente de 0.603, indicando também uma relação moderada entre as variáveis. Isso sugere que, para essa rede social e perfil político, um maior número de seguidores não está diretamente associado a um engajamento mais elevado.

A tabela abaixo apresenta as frequências de parlamentares em cada um dos quadrantes analíticos.

**Tabela 20 - *Instagram*: quadrantes por categoria de carreira política**

	Quadrante analítico	Número total de deputados	Porcentagem de deputados
<b>Estabelecido</b>	Q1	28	8.9%
	Q2	2	0.6%
	Q3	273	86.7%
	Q4	12	3.8%
<b>Migrante</b>	Q1	10	8.7%
	Q2	0	0%
	Q3	100	87%
	Q4	5	4.3%
<b>Outsider</b>	Q1	11	13.3%
	Q2	1	1.2%
	Q3	70	84.3%
	Q4	1	1.2%

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os estabelecidos no primeiro quadrante (Q1), estão 28 deputados, representando 8,9% dos estabelecidos, com alto engajamento e alto volume de seguidores, o que indica uma presença digital relevante. Deputados federais como Tiririca (PL-SP), Carla Zambeli (PL-SP), Eduardo Bolsonaro (PL-SP) e Bia Kicis (PL-DF) foram os que mais se destacaram com relação ao engajamento e quantidade de seguidores no *Instagram*.

No segundo quadrante (Q2), 2 deputados, ou 0,6% dos estabelecidos, têm um alto número de seguidores, mas um engajamento abaixo do esperado. O terceiro quadrante (Q3) concentra a grande maioria dos estabelecidos, com 273 deputados, correspondendo a 86,7%, que apresentam tanto baixo engajamento quanto baixo volume de seguidores. Por fim, no quarto quadrante (Q4), 12 deputados, ou 3,8% dos estabelecidos, conseguem manter um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores.

Entre os migrantes que estão no primeiro quadrante (Q1), 10 deputados, ou 8,7% do grupo, destacam-se por combinar alto engajamento e alto volume de seguidores, indicando uma alta presença digital. Neste grupo, Nikolas Ferreira (PL-MG), André Janones (AVANTE-MG) e Erika Hilton (PSOL-SP) são parlamentares “*influencers*” de maior destaque. Além disso, vale pontuar que os três se elegeram deputados federais vindos de cargos de vereança em Belo Horizonte e São Paulo.

No segundo quadrante (Q2), não há nenhum deputado migrante. O terceiro quadrante (Q3) abriga 100 deputados, representando 87% dos migrantes, com baixo engajamento e baixo volume de seguidores, sugerindo uma presença digital mais modesta. Já no quarto quadrante (Q4), 5 deputados, ou 4,3% dos migrantes, alcançam um alto engajamento mesmo com um número menor de seguidores, mostrando uma capacidade de mobilização digital eficaz.

Para finalizar a seção sobre o *Instagram*, no primeiro quadrante (Q1), 11 deputados, ou 13,3% dos *outsiders*, possuem alto engajamento e alto volume de seguidores, aproximando-se das métricas de influenciadores digitais. Entre os parlamentares “*influencers*” *outsiders*, destacam-se nomes como Fabio Teruel (MDB-SP), Mario Frias (PL-SP) e Guilherme Boulos (PSOL-SP).

No segundo quadrante (Q2), 1 deputado, representando 1,2% dos *outsiders*, têm um alto número de seguidores, mas um engajamento abaixo do esperado. O terceiro quadrante (Q3) reúne 70 deputados, ou 84,3% dos *outsiders*, que apresentam baixo engajamento e baixo volume de seguidores, indicando uma presença digital mais discreta. Por fim, no quarto quadrante (Q4), 1 deputado, ou 1,2% dos *outsiders*, consegue um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores, evidenciando uma interação eficiente com o público digital.

#### 4.5 X (*TWITTER*) COMO PLATAFORMA DE DESTAQUE PARA PARLAMENTARES ESTABELECIDOS

Dando prosseguimento à análise da relação entre carreira política, engajamento e público digital, iremos apresentar os resultados obtidos no X (*Twitter*). Assim, como feito anteriormente, realizaremos uma análise descritiva do engajamento em MSD, especificamente no X (*Twitter*), dos deputados federais durante a campanha eleitoral de 2022. A análise será segmentada por trajetória profissional, permitindo a comparação do desempenho de diferentes perfis políticos.

**Tabela 21** - Descritivas de engajamento no X (*Twitter*) por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	0	111	341.871	12.426	40.598.320
Migrante	0	0	120	450.780	3.611	34.911.123
Outsider	0	0	62	416.437	2.016	16.528.052

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Em primeiro lugar, vale ressaltar que, para todos os tipos de carreira política, o engajamento mínimo e os valores até o primeiro quartil apresentam o valor de 0. Dessa forma, entre os deputados federais estabelecidos, a mediana apresenta um valor de 111 e o terceiro quartil 12.426 de engajamento no X (*Twitter*). O valor da média é de 341.871 enquanto o valor máximo de engajamento obtido por um parlamentar durante o período de campanha eleitoral em 2022 chegou a 40.598.320 .

Entre os parlamentares migrantes, a mediana da distribuição foi de 120 e o terceiro quartil atingiu 3.611 de engajamento no X (*Twitter*). O valor médio foi de 450.780, maior entre os grupos, e o valor máximo encontrado chegou a 34.911.123.

Por fim, o grupo dos *outsiders* apresentou uma mediana de 62 e o valor do terceiro quartil da distribuição chegou até 2.016. O valor da média é de 416.437 enquanto o valor máximo de engajamento obtido por um deputado federal *outsider* durante o período de campanha eleitoral chegou a 16.528.052. Agora, apresentaremos as estatísticas descritivas

referentes ao número de seguidores no X (*Twitter*), de acordo com a trajetória política de cada grupo.

**Tabela 22** - Descritivas de seguidores no X (*Twitter*) por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	837	4.157	83.157	24.067	2.337.766
Migrante	0	11	506	50.706	6.782	2.240.507
Outsider	0	0	59	73.456	5.208	2.002.683

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

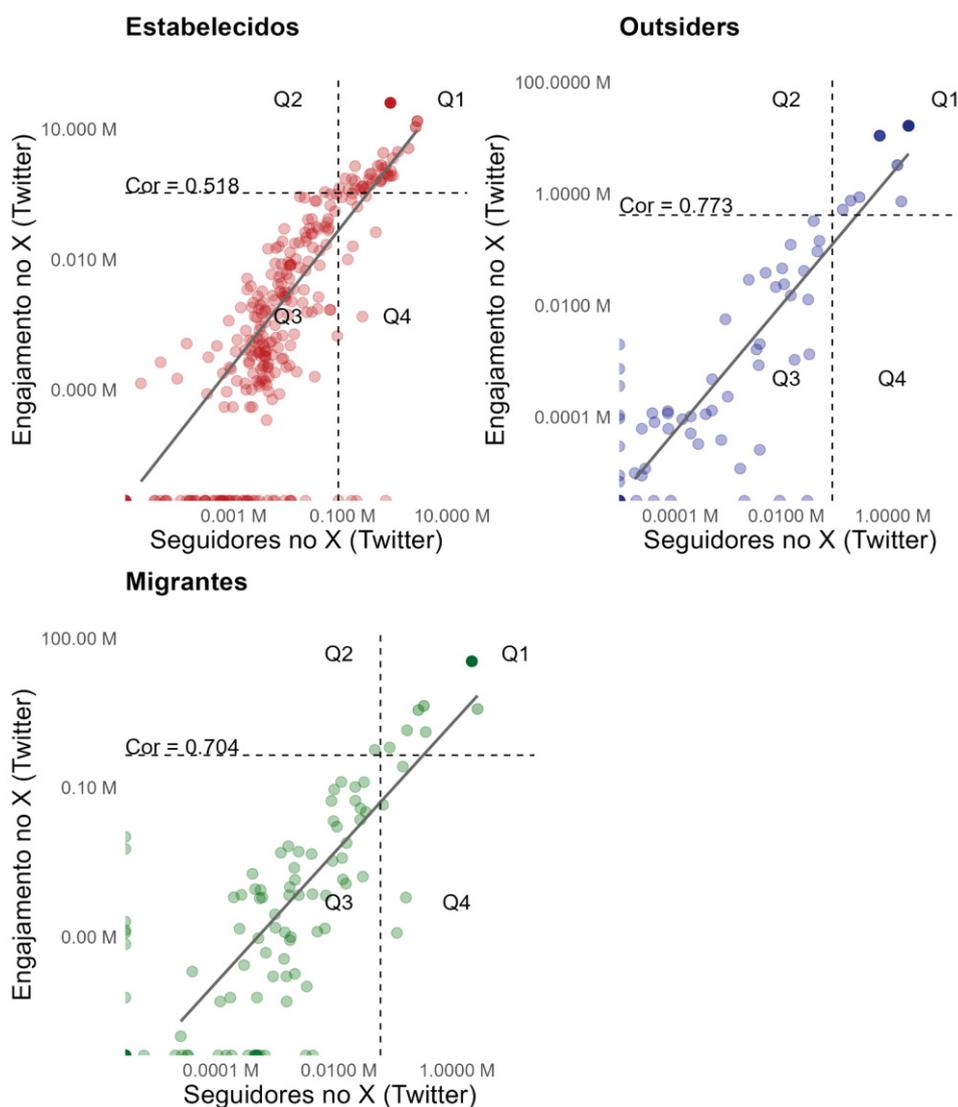
Entre os parlamentares estabelecidos, o número mínimo de seguidores no X (*Twitter*) é de 0, No primeiro quartil, o número de seguidores é de 837; a mediana, 4.157; e o terceiro quartil, 24.067. A média de seguidores nesse grupo é de 83.157, com um valor máximo de 2.337.766 seguidores no X (*Twitter*).

Em relação aos migrantes, o valor mínimo é de 0 e o primeiro quartil chegou em apenas 11 seguidores na rede social. A mediana da distribuição é de 506 e o valor que representa o terceiro quartil atingiu 6.782. A média da distribuição entre os migrantes é de 50.706 e o valor máximo chegou até 2.240.507 seguidores.

Agora, entre o grupo dos *outsiders*, tanto o valor mínimo quanto o valor do primeiro quartil indicam um volume de 0 seguidores no X (*Twitter*). Enquanto isso, a mediana da distribuição é de 59 e o terceiro quartil chegou até 5.208. A média de seguidores dos *outsiders* no X (*Twitter*) foi de 73.456 enquanto o valor máximo chegou a 2.002.683.

Agora, analisaremos a existência de correlação entre o engajamento e a quantidade de seguidores no X (*Twitter*) entre os estabelecidos, migrantes e *outsiders*.

**Gráfico 9** - X (*Twitter*): correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os deputados federais estabelecidos, a correlação entre o engajamento no X (*Twitter*) e o número de seguidores revelou um coeficiente de 0.518, caracterizando uma relação moderada entre as variáveis. Esses resultados indicam que, no contexto desta rede social e deste grupo político, a quantidade de seguidores não está necessariamente associada a níveis mais elevados de engajamento durante o período eleitoral.

Já entre os deputados federais migrantes, a correlação entre o engajamento no X (*Twitter*) e o número de seguidores revelou um coeficiente de 0.704, caracterizando uma alta

relação entre as variáveis. Esses resultados sugerem que, no contexto desta rede social e deste grupo político, a quantidade de seguidores está significativamente associada a níveis mais elevados de engajamento durante o período eleitoral.

Por fim, entre os deputados federais *outsiders*, a correlação entre o engajamento no X (*Twitter*) e o número de seguidores resultou em um coeficiente de 0.773, caracterizando, assim como no caso dos deputados migrantes, uma alta relação entre as variáveis. Esses resultados indicam que, no contexto do X (*Twitter*) e dos *outsiders*, a quantidade de seguidores está significativamente associada a níveis mais elevados de engajamento durante o período eleitoral.

Agora, iremos realizar a análise segmentando cada tipologia de carreira política a partir dos quadrantes analíticos.

**Tabela 23** - X (*Twitter*): quadrantes por categoria de carreira política

	Quadrante analítico	Número total de deputados	Porcentagem de deputados
<b>Estabelecido</b>	Q1	37	11.7%
	Q2	1	0.3%
	Q3	264	83.8%
	Q4	13	4.1%
<b>Migrante</b>	Q1	7	6.1%
	Q2	1	0.9%
	Q3	103	89.6%
	Q4	4	3.5%
<b>Outsider</b>	Q1	7	8.4%
	Q2	0	0%
	Q3	76	91.6%
	Q4	0	0%

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os estabelecidos no primeiro quadrante (Q1), estão 37 deputados, representando 11,7% dos parlamentares dessa categoria, que combinam alto engajamento e alto volume de seguidores. Entre esses parlamentares “*influencers*”, os de maior destaque são Eduardo Bolsonaro (PL-SP), Carla Zambelli (PL-SP), Bia Kicis (PL-DF) e Gleisi Hoffmann (PT-PR).

No segundo quadrante (Q2), apenas 1 deputado, ou 0,3% dos estabelecidos, possui um alto número de seguidores, mas um engajamento abaixo do esperado. O terceiro quadrante (Q3) concentra a grande maioria dos estabelecidos, com 264 deputados, correspondendo a 83,8%, que apresentam tanto baixo engajamento quanto baixo volume de seguidores. Por fim, no quarto quadrante (Q4), 13 deputados, ou 4,1% dos estabelecidos, conseguem manter um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores.

Já entre os migrantes no primeiro quadrante (Q1), 7 deputados, ou 6,1%, destacam-se por combinar alto engajamento e alto volume de seguidores. Entre os parlamentares “*influencers*” presentes na categoria, Marina Silva (REDE-SP), Nikolas Ferreira (PL-MG), André Janones (AVANTE-MG) e Erika Hilton (PSOL-SP) são destaques. No segundo quadrante (Q2), 1 deputado, representando 0,9% dos migrantes, tem um alto número de seguidores, mas um baixo engajamento. O terceiro quadrante (Q3) abriga 103 deputados, ou 89,6% dos migrantes, com baixo engajamento e baixo volume de seguidores, sugerindo uma presença digital mais modesta. Já no quarto quadrante (Q4), 4 deputados, ou 3,5% dos migrantes, alcançam um alto engajamento mesmo com um número menor de seguidores, mostrando uma capacidade de mobilização digital eficaz.

Por fim, no primeiro quadrante (Q1) dos *outsiders*, 7 deputados, ou 8,4% da categoria, possuem alto engajamento e alto volume de seguidores, aproximando-se das métricas de influenciadores digitais. Entre eles, Guilherme Boulos (PSOL-MG), Mario Frias (PL-SP), Ricardo Salles (PL-SP) e Alexandre Ramagem (PL-RJ) são referência no grupo. No segundo quadrante (Q2), não há nenhum deputado *outsider*. O terceiro quadrante (Q3) reúne 76 deputados, representando 91,6% dos *outsiders*, que apresentam baixo engajamento e baixo volume de seguidores, indicando menor presença digital. No quarto quadrante (Q4), não há nenhum deputado *outsider*.

#### 4.6 YOUTUBE COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA OUTSIDERS

Agora, iremos analisar a relação entre carreira política, engajamento e público digital no *Youtube*, rede social mais voltada à produção de vídeos. Inicialmente apresentaremos uma análise descritiva das informações sobre engajamento durante o período de campanha eleitoral

de 2022 e a quantidade de inscritos nos canais do *Youtube* de cada parlamentar. Como feito anteriormente, a análise será segmentada por carreira política.

**Tabela 24** - Descritivas de engajamento no *Youtube* por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	0	0	32.784	132	3.810.704
Migrante	0	0	0	198.435	428	12.804.103
Outsider	0	0	0	200.081	310	15.174.542

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Em primeiro lugar, os valores mínimos, do primeiro quartil e da mediana apresentam o valor de 0. Assim, os estabelecidos apresentam valores de engajamento no terceiro quartil de 132, a média é de 32.784 e o valor máximo identificado foi de 3.810.704. Em relação aos migrantes, o valor de engajamento no *Youtube* até o terceiro quartil foi de 428, a média da distribuição foi 32.784 e o valor máximo foi de 12.804.103. Entre os *outsiders* o valor do terceiro quartil foi de 310, a média foi 200.081 e o valor máximo de engajamento chegou a 15.174.542. Agora, iremos apresentar as métricas relacionadas a quantidade de inscritos no *Youtube*.

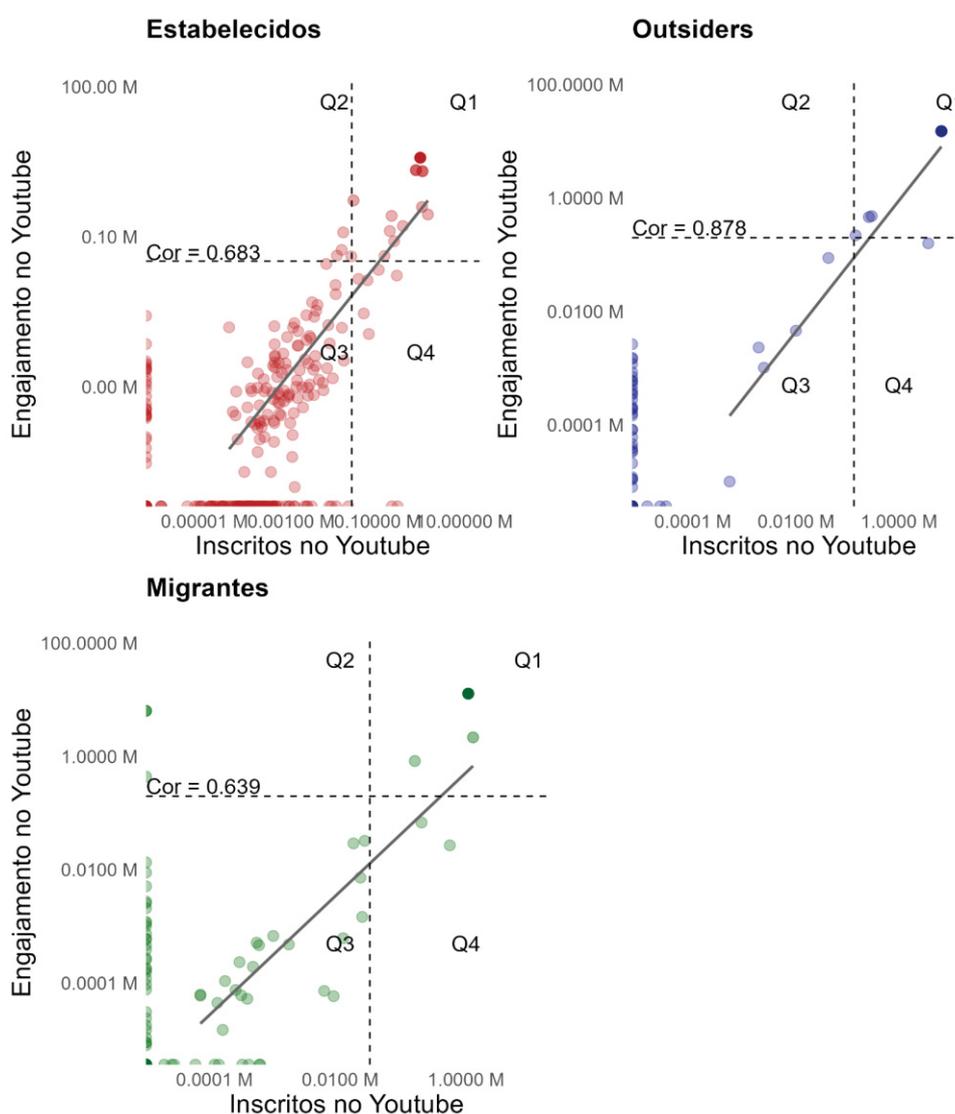
**Tabela 25** - Descritivas de inscritos no *Youtube* por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	0	117	25.087	905	1.440.000
Migrante	0	0	0	29.673	106	1.300.000
Outsider	0	0	0	134.320	0	6.680.000

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os estabelecidos, valores mínimos e do primeiro quartil estão zerados, a mediana da distribuição de inscritos no *Youtube* é de 117 e o terceiro quartil é de 905, a média é de 25.087 e o valor máximo de inscritos foi de 1.440.000. No caso dos migrantes, os valores mínimos, de primeiro quartil e mediana são 0, a média atingiu 29.673 e o valor máximo 1.300.000. Entre os *outsiders*, valor mínimo, primeiro quartil e terceiro quartil são 0. Enquanto isso, a média dos *outsiders* é de 134.320 e o valor máximo de inscritos é de 6.680.000, maior valor entre as categorias de carreira política. Agora, seguimos para as correlações entre engajamento e inscritos no *Youtube*.

**Gráfico 10 - Youtube:** correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

A correlação entre o engajamento e a quantidade de inscritos no *Youtube* dos deputados federais estabelecidos apresentou um coeficiente de 0.683. Esse valor indica que, embora seja uma correlação moderada, a quantidade de engajamento e de inscritos não estão necessariamente associadas.

Já para os migrantes, a correlação entre o engajamento e o número de inscritos no *Youtube* apresentou um coeficiente de 0.639, o que sugere uma correlação de magnitude moderada entre essas variáveis. Esse comportamento é similar ao observado entre os estabelecidos, reforçando a ideia de que, em ambos os grupos, o engajamento não está estritamente relacionado com o tamanho de sua base de inscritos na plataforma.

Diferentemente dos grupos dos estabelecidos e dos migrantes, o resultado da correlação entre os *outsiders* retornou um alto coeficiente de 0.878. Esse resultado indica que, para o caso dos *outsiders*, existe uma alta correlação entre o engajamento e a quantidade de inscritos no *Youtube*.

**Tabela 26 - Youtube: quadrantes por categoria de carreira política**

	Quadrante analítico	Número total de deputados	Porcentagem de deputados
<b>Estabelecido</b>	Q1	11	3.5%
	Q2	4	1.3%
	Q3	292	92.7%
	Q4	8	2.5%
<b>Migrante</b>	Q1	3	2.6%
	Q2	2	1.7%
	Q3	108	93.9%
	Q4	2	1.7%
<b>Outsider</b>	Q1	4	4.8%
	Q2	0	0%
	Q3	78	94%

	Q4	1	1.2%
--	----	---	------

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Em relação aos estabelecidos no primeiro quadrante (Q1), estão 11 deputados, representando 3,5%, que combinam alto engajamento e alto volume de seguidores, indicando alta presença digital. Entre os estabelecidos “*influencers*” no *Youtube*, estão Kim Kataguiri (UNIÃO-SP), Carla Zambelli (PL-SP) e Eduardo Bolsonaro (PL-SP).

No segundo quadrante (Q2), 4 deputados, ou 1,3% dos estabelecidos, possuem um alto número de seguidores, mas um engajamento abaixo do esperado. O terceiro quadrante (Q3) concentra a grande maioria dos estabelecidos, com 292 deputados, correspondendo a 92,7%, que apresentam tanto baixo engajamento quanto baixo volume de seguidores. Por fim, no quarto quadrante (Q4), 8 deputados, ou 2,5% dos estabelecidos, conseguem manter um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores.

Entre os migrantes no primeiro quadrante (Q1), 3 deputados, ou 2,6%, destacam-se por combinar alto engajamento e alto volume de seguidores, podendo ser considerados parlamentares “*influencers*” no *Youtube*. São eles Nikolas Ferreira (PL-MG), André Janones (AVANTE-MG) e André Fernandes (PL-CE), esse último sendo um “nativo” da plataforma que produzia vídeos de paródias, piadas e com teor cômico para o *Youtube*<sup>9</sup>.

No segundo quadrante (Q2), 2 deputados, representando 1,7% dos migrantes, têm um alto número de seguidores, mas um engajamento abaixo do esperado. O terceiro quadrante (Q3) abriga 108 deputados, ou 93,9% dos migrantes, com baixo engajamento e baixo volume de seguidores, sugerindo uma presença digital mais limitada. Já no quarto quadrante (Q4), 2 deputados, ou 1,7% dos migrantes, alcançam um alto engajamento mesmo com um número menor de seguidores.

Entre os *outsiders* no primeiro quadrante (Q1), 4 deputados, ou 4,8% do grupo, possuem alto engajamento e alto volume de seguidores, aproximando-se das métricas de influenciadores digitais. Entre eles, estão Fábio Teruel (MDB-SP), Matheus Laiola (UNIÃO-PR), Guilherme Boulos (PSOL-SP) e o Delegado da Cunha (PP-SP).

No segundo quadrante (Q2), não há nenhum deputado *outsider*. O terceiro quadrante (Q3) reúne 78 deputados, representando 94% dos *outsiders*, que apresentam baixo engajamento e baixo volume de seguidores, indicando uma presença digital mais discreta. No quarto

<sup>9</sup> André Fernandes (PL-CE) faz um “*react*” de seus vídeos durante a época de Youtuber: <https://www.youtube.com/watch?v=XKE9Bmctmtc>

quadrante (Q4), 1 deputado, ou 1,2% dos *outsiders*, consegue um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores.

#### 4.7 NO *TIKTOK*, PARLAMENTARES ESTABELECIDOS ESTÃO ENTRE OS MAIS *INFLUENCERS* NA REDE

Para concluir a análise dos resultados envolvendo as MSD e as carreiras políticas, vamos avaliar as métricas relacionadas ao *TikTok*. Dessa forma, realizaremos, em primeiro lugar, a análise das estatísticas descritivas sobre o engajamento dos deputados federais durante o período de campanha eleitoral na rede. A tabela abaixo apresenta os valores das estatísticas descritivas segmentadas por tipologia de carreira política.

**Tabela 27** - Descritivas de engajamento *TikTok* por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	0	0	0	218.241	2.408	11.131.908
Migrante	0	0	67	380.055	2.667	33.593.543
Outsider	0	0	161	231.171	7.112	11.474.112

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Para todos os tipos de carreira política, o menor engajamento e os valores até o primeiro quartil apresentam o valor de 0. Em relação aos deputados federais estabelecidos, o valor da mediana é de 0 e o valor do terceiro quartil é de 2.408. Os valores de engajamento médio chegaram a 218.241 e o valor encontrado foi de 11.131.908. Entre os deputados federais migrantes, o valor da mediana foi de 67, o terceiro quartil foi de 2.667, a média de 380.055 e o valor máximo chegou até 33.593.543. Os *outsiders* tiveram um valor da mediana de 161, uma média de 231.171, um terceiro quartil de 7.112 e um valor máximo de 11.474.112. Agora, iremos analisar as descritivas da quantidade de seguidores no *TikTok*.

**Tabela 28** - Descritivas de seguidores no *TikTok* por carreira política (agosto - outubro de 2022)

Carreira	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
----------	--------	--------	---------	-------	--------	--------

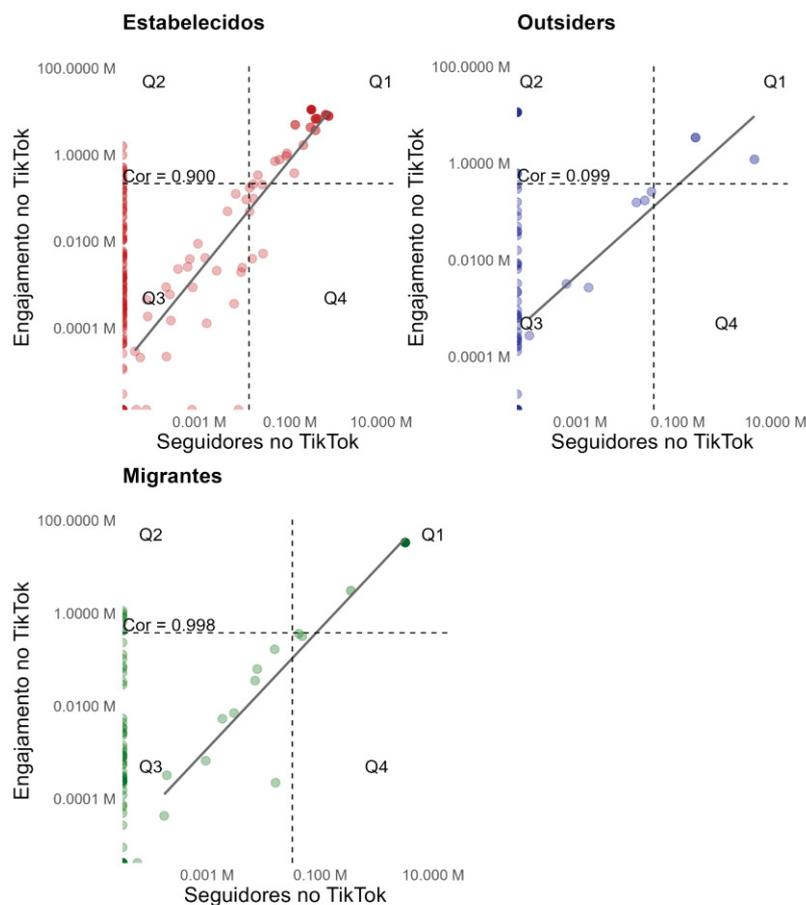
Política						
Estabelecido	0	0	0	12.458	0	704.900
Migrante	0	0	0	32.093	0	3.200.000
Outsider	0	0	0	48.145	0	3.700.000

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Assim como no caso do engajamento no *TikTok*, os valores mínimos, primeiro quartil, mediana e terceiro quartil dos apresentam valor de 0. Entre os estabelecidos, a média tanto a média quanto o valor máximo de seguidores são as menores entre as carreiras políticas, representando 12.458 e 704.900 respectivamente. O grupo dos parlamentares migrantes apresentou uma média de 32.093 seguidores e um valor máximo de 3.200.000. Por fim, o grupo dos *outsiders* apresentou a maior média e valor máximo entre as carreiras políticas, sendo 48.145 e 3.700.000 respectivamente.

Agora iremos analisar as correlações e quadrantes de cada uma das carreiras políticas no *TikTok*.

**Gráfico 11** - TikTok: correlações entre engajamento e quantidade de seguidores por carreira política



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os deputados federais estabelecidos, a correlação entre o engajamento no *TikTok* e o número de seguidores resultou em um coeficiente de 0.900, caracterizando uma alta relação entre as variáveis. Esses resultados indicam que, no *TikTok* e entre os estabelecidos, a quantidade de seguidores está significativamente associada a níveis mais elevados de engajamento durante o período eleitoral.

No grupo dos deputados federais migrantes, a correlação entre o engajamento no *TikTok* e o número de seguidores gerou um coeficiente de 0.998, caracterizando, assim como no caso dos estabelecidos, uma alta relação entre as variáveis. Esses resultados indicam que, entre os migrantes, assim como entre os estabelecidos, a quantidade de seguidores no *TikTok* está significativamente associada a níveis mais elevados de engajamento na rede durante o período eleitoral.

Por fim, no grupo dos parlamentares *outsiders*, a correlação entre o engajamento no *TikTok* e o número de seguidores gerou um coeficiente de 0.099. Esse resultado indica que,

diferentemente dos estabelecidos e migrantes, não há associação entre as variáveis. Agora, analisaremos os quadrantes:

**Tabela 29 - TikTok: quadrantes por categoria de carreira política**

	Quadrante analítico	Número total de deputados	Porcentagem de deputados
<b>Estabelecido</b>	Q1	15	4.8%
	Q2	10	2.2%
	Q3	283	89.8%
	Q4	7	2.2%
<b>Migrante</b>	Q1	2	1.7%
	Q2	7	6.1%
	Q3	104	90.4%
	Q4	2	1.7%
<b>Outsider</b>	Q1	2	2.4%
	Q2	6	7.2%
	Q3	75	90.4%
	Q4	0	0%

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Entre os estabelecidos do primeiro quadrante (Q1), estão 15 deputados, representando 4,8% dos estabelecidos, que combinam alto engajamento e alto volume de seguidores, indicando uma presença digital com maior força no *TikTok*. Entre esses parlamentares “*influencers*” no *TikTok*, destacam-se: Alexandre Padilha (PT-SP), Kim Kataguirí (UNIÃO-SP), Tabata Amaral (PSB-SP) e Carla Zambelli (PL-SP).

No segundo quadrante (Q2), 10 deputados, ou 2,2% dos estabelecidos, possuem um alto número de seguidores, mas um baixo engajamento. O terceiro quadrante (Q3) concentra a grande maioria dos estabelecidos, com 283 deputados, correspondendo a 89,8%, que

apresentam tanto baixo engajamento quanto baixo volume de seguidores no *TikTok*. Por fim, no quarto quadrante (Q4), 7 deputados, ou 2,2% dos estabelecidos, conseguem manter um alto engajamento mesmo com um número reduzido de seguidores nessa rede social.

No grupo dos deputados federais migrantes, o primeiro quadrante (Q1) representa 2 deputados, ou 1,7% dos migrantes, que destacam-se por combinar alto engajamento e alto volume de seguidores. Ambos os parlamentares migrantes “*influencers*” no *TikTok* são de Minas Gerais, Nikolas Ferreira (PL-MG) e André Janones (AVANTE-MG).

No segundo quadrante (Q2), 7 deputados, representando 6,1% dos migrantes, têm um alto número de seguidores, mas um engajamento abaixo do esperado. O terceiro quadrante (Q3) abriga 104 deputados, ou 90,4% dos migrantes, com baixo engajamento e baixo volume de seguidores, sugerindo uma presença digital mais tímida na rede. Já no quarto quadrante (Q4), 2 deputados, ou 1,7% dos migrantes, alcançam um alto engajamento mesmo com um baixo número de seguidores.

Por fim, entre os *outsiders* no primeiro quadrante (Q1), 2 deputados, ou 2,4% dos *outsiders*, possuem alto engajamento e alto volume de seguidores, aproximando-se das métricas de influenciadores digitais. Os dois deputados federais “*influencers*” no *TikTok* são Fabio Teruel (MDB-SP) e Guilherme Boulos (PSOL-SP).

No segundo quadrante (Q2), 6 deputados, representando 7,2% dos *outsiders*, têm um alto número de seguidores, mas um engajamento abaixo do esperado. O terceiro quadrante (Q3) reúne 75 deputados, correspondendo a 90,4% dos *outsiders*, que apresentam baixo engajamento e baixo volume de seguidores, indicando uma presença digital mais discreta. No quarto quadrante (Q4), não há nenhum deputado *outsider*. Em seguida, iremos analisar o sucesso eleitoral dos deputados “*influencers*” e dos estabelecidos, migrantes e *outsiders*.

## **5. ENGAJAMENTO ONLINE, ELITES PARLAMENTARES E VOTO.**

Até agora, apresentamos as nuances entre as categorizações de parlamentares influenciadores por cada rede social analisada. Entretanto, uma pergunta permanece: entre os deputados influenciadores, há diferenças entre suas carreiras políticas e as votações obtidas durante o pleito de 2022? Para responder esta questão, agregamos todas as métricas de engajamento nas diferentes MSD, assim como a quantidade de seguidores em cada uma delas, e aplicamos a análise dos quadrantes para identificar aqueles parlamentares “*influencers*”.

Dessa forma, os números a seguir são resultado de uma análise agregando as métricas de todas as MSD. Nesse sentido, a tabela abaixo apresenta o teste de Qui-Quadrado<sup>10</sup> para as categorias de parlamentares “*influencers*” e tipologia de carreira política.

**Tabela 30** - Teste de qui-quadrado: parlamentares *influencers* e carreira política

		Carreira Política		
		Estabelecido	Migrante	Outsider
Parlamentares “ <i>influencers</i> ”	Valor total	32	10	9
	Valor esperado	31	11	8
	Percentual	6.2%	1.9%	1.7%
	Resíduo ajustado	0.20	-0.50	0.29
Parlamentares <b>não</b> “ <i>influencers</i> ”	Valor total	283	105	74
	Valor esperado	283	103	74
	Percentual	55.1%	20.4%	14.4%
	Resíduo ajustado	-0.20	0.50	-0.29

Fonte: dados do TSE, Quaest e do GEIST (UFPR).

Em primeiro lugar, é importante sinalizar que o valor de p apresentou um coeficiente de 0.86 indicando que, entre os parlamentares “*influencers*” não há associações estatisticamente significativas entre ser estabelecido, migrante ou *outsider*. Além disso, os valores dos resíduos ajustados indicam que, independente do caso analisado, os valores estão abaixo de 1,96 e corroboram com o argumento de que não há associação entre ser um parlamentar “*influencer*” no ambiente digital e sua carreira política.

Agora, iremos analisar se, entre os parlamentares “*influencers*”, existe associação com a votação obtida em 2022. Para isso, utilizamos a média da votação como parâmetro para a divisão dos grupos. Ou seja, aqueles parlamentares que tiveram uma votação acima da média

<sup>10</sup> X-squared = 0.29, df =2

estão no primeiro grupo, enquanto aqueles que tiveram uma votação abaixo da média representam o segundo grupo.

**Tabela 31** - Teste de qui-quadrado: parlamentares *influencers* e votação

		Votação em 2022	
		Votação <b>acima</b> da média	Votação <b>abaixo</b> da média
Parlamentares “ <i>influencers</i> ”	Valor observado	42	9
	Valor esperado	25	25
	Percentual	8.1%	1.7%
	Resíduo ajustado	3.25	-3.26
Parlamentares <b>não</b> “ <i>influencers</i> ”	Valor observado	215	247
	Valor esperado	231	230
	Percentual	41.9%	48.1%
	Resíduo ajustado	-1.08	1.08

Fonte: dados do TSE, Quaest e do GEIST (UFPR).

O resultado<sup>11</sup> do teste de Qui-Quadrado entre os parlamentares “*influencers*” e não “*influencers*” com o tamanho de suas votações apresentou um valor de p de 0.00 e estatisticamente significativo. O resíduo ajustado indicou um valor superior a 1.96 para os parlamentares *influencers* com votação acima da média. Em outras palavras, os deputados federais influenciadores de MSD apresentam uma associação com votações acima da média, indicando que a popularidade em mídias sociais está associada a votações mais expressivas. Nesse sentido, o valor que o teste esperava para confirmar a hipótese nula, de que não há diferença entre as frequências obtidas na amostra e as frequências esperadas, era de 25 e o valor observado foi de 42 parlamentares.

Por outro lado, entre os parlamentares não “*influencers*” a hipótese nula foi aceita uma vez que os resíduos ajustados foram inferiores a 1,96 e tanto as frequências esperadas quanto as observadas resultaram em valores muito próximos. Ou seja, entre os deputados federais que

<sup>11</sup> X-squared = 22.157, df = 1

não são “*influencers*” em mídias sociais não há associação com votações acima ou abaixo da média.

Agora, iremos analisar as votações dos deputados federais segmentados por tipo de carreira política.

### 5.1 VOTOS E TRAJETÓRIAS POLÍTICAS: UMA ANÁLISE SOBRE AS VOTAÇÕES DOS DEPUTADOS ESTABELECIDOS, MIGRANTES E OUTSIDERS EM 2022

Prosseguindo com a apresentação dos resultados, a tabela abaixo apresenta as estatísticas descritivas relacionadas ao sucesso eleitoral, mensurado pela quantidade de votos obtidos no pleito de 2022, segmentada por tipo de carreira política. Com isso, o objetivo desta seção da dissertação visa responder a última hipótese da presente pesquisa.

**Tabela 32** - Descritivas de votos por carreira política (n=513 deputados federais)

Carreira Política	Mínimo	1st Qu	Mediana	Média	3st Qu	Máximo
Estabelecido	10.969	79.022	106.940	120.530	146.721	946.244
Migrante	12.607	56.869	95.270	117.115	130.193	1.492.047
Outsider	5.435	54.747	83.396	108.957	118.691	1.001.472

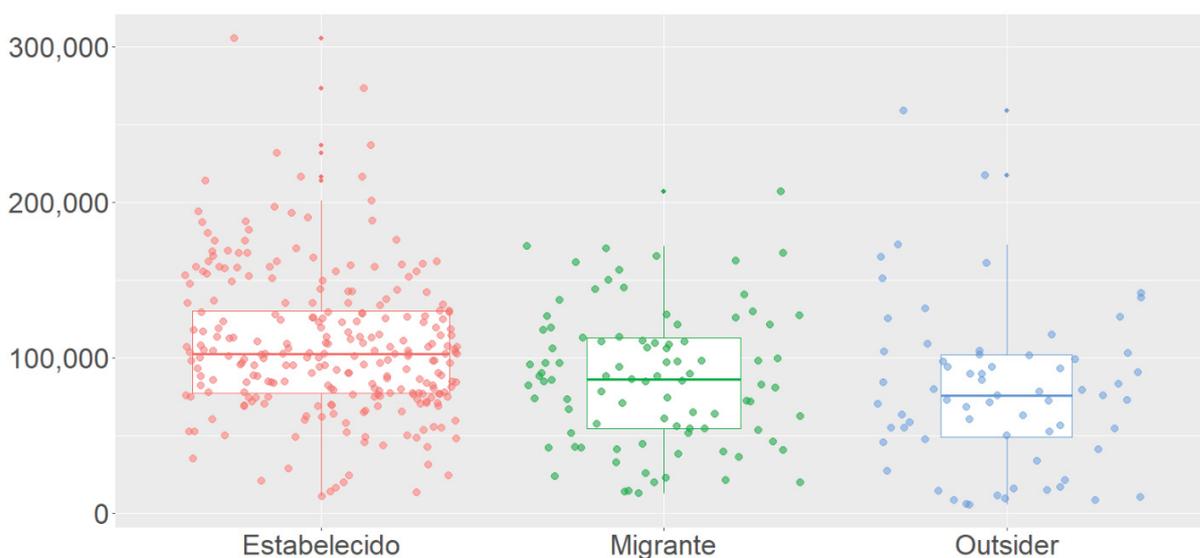
Fonte: dados do TSE e do GEIST (UFPR).

Quando separamos os votos obtidos pelos deputados federais em 2022 por carreira política identificamos que os estabelecidos apresentam um valor mínimo de 10.969. No primeiro quartil, o valor de votos é de 79.022, a mediana é de 106.940 e o valor do terceiro quartil representa uma quantidade de votos de 146.721. A média da distribuição entre os estabelecidos é de 120.530 e o valor máximo chega até 946.244 na quantidade de votos obtidos no pleito de 2022.

Em relação aos migrantes, a categoria apresenta um valor mínimo de 12.607 votos. Entre o valor mínimo e primeiro quartil, o valor dos votos é de 56.869, a mediana é de 95.270 e o valor do terceiro quartil chega até 130.193 votos. A média da distribuição entre os migrantes é de 117.115 e o valor máximo de votos obtidos pela categoria chega a 1.492.047.

Por fim, os deputados federais *outsiders* apresentam um valor mínimo de 5.435 votos. Entre o valor mínimo e o primeiro quartil o valor dos votos é de 54.747, a mediana é de 83.396 e o valor que representa o terceiro quartil é de 118.691. A média da distribuição de votos entre os *outsiders* é de 108.957 e o valor máximo da categoria chega até 1.001.472. O Gráfico 10 apresenta visualmente os valores das estatísticas descritivas:

**Gráfico 12** - Boxplot: votos em 2022 por carreira política (n=513 deputados federais)



Fonte: Fonte: dados do TSE e do GEIST (UFPR).

Com o gráfico<sup>12</sup>, é possível identificar visualmente a distribuição dos votos obtidos em 2022 por categoria de carreira política. Comparando as três categorias de carreira política, os estabelecidos (315 deputados) apresentam uma distribuição de votos em torno da mediana maior do que as outras categorias. Os migrantes (115 deputados), por sua vez, se situam em uma distribuição intermediária entre as demais categorias, com mediana e terceiro quartil menores que os estabelecidos, mas maiores que os *outsiders*. Por fim, o grupo dos *outsiders* (83 deputados) apresenta valores de primeiro quartil, mediana e inferiores às demais categorias.

Dessa forma, é possível notar diferenças entre os votos obtidos no pleito de com as categorias de carreira política (*outsiders*, estabelecidos e migrantes). Mas, em média, essas diferenças são estatisticamente significativas? Ou seja, é possível confirmar a última hipótese da presente dissertação? Para isso, avaliamos a variância da média dos votos por cada tipo de carreira política.

<sup>12</sup> Outliers retirados da visualização gráfica.

**Tabela 33** - Teste de ANOVA: votos por carreira política (n=513 deputados federais)

Carreira Política	DF	Sum Sq	Mean Sq	F value (ANOVA)	Shapiro Test	Barlett Test
Carreira Política	2	8888590056	4444295028	0.39	0.00	0.00
Residuais	510	5797724952752	11368088143	-	-	-

Fonte: dados do TSE e do GEIST (UFPR).

Em primeiro lugar, foi aplicado o teste de Shapiro para avaliar se a distribuição dos dados, no caso, os votos obtidos pelos deputados federais em 2022, se aproxima de uma distribuição normal. O resultado foi um coeficiente de 0.00, indicando que os dados não seguem uma distribuição normal. Assim, um dos pressupostos do teste de ANOVA, que é a normalidade da variável dependentes, foi quebrado. Ainda verificando os pressupostos do ANOVA, é importante considerar a homogeneidade de variância entre os grupos. Para avaliar esse pressuposto, utilizou-se o teste de Bartlett, cujo valor de p foi maior que 0,05. Isso indica que a hipótese nula foi rejeitada, ou seja, os dados não apresentam homogeneidade de variância. Embora os pressupostos do teste de ANOVA tenham sido rejeitados, realizaremos a análise ignorando essas premissas e as especificidades dos testes paramétricos.

Retornando ao teste de ANOVA, o resultado indicou um coeficiente maior que 0.05. Isso sugere que, mesmo desconsiderando as particularidades de uma análise paramétrica, não há diferença estatisticamente significativa entre os votos obtidos no pleito de 2022 e os diferentes grupos de carreira política. Assim, com o objetivo de fornecer uma base argumentativa mais robusta para os resultados, foi aplicado o teste *post hoc* de Tukey.

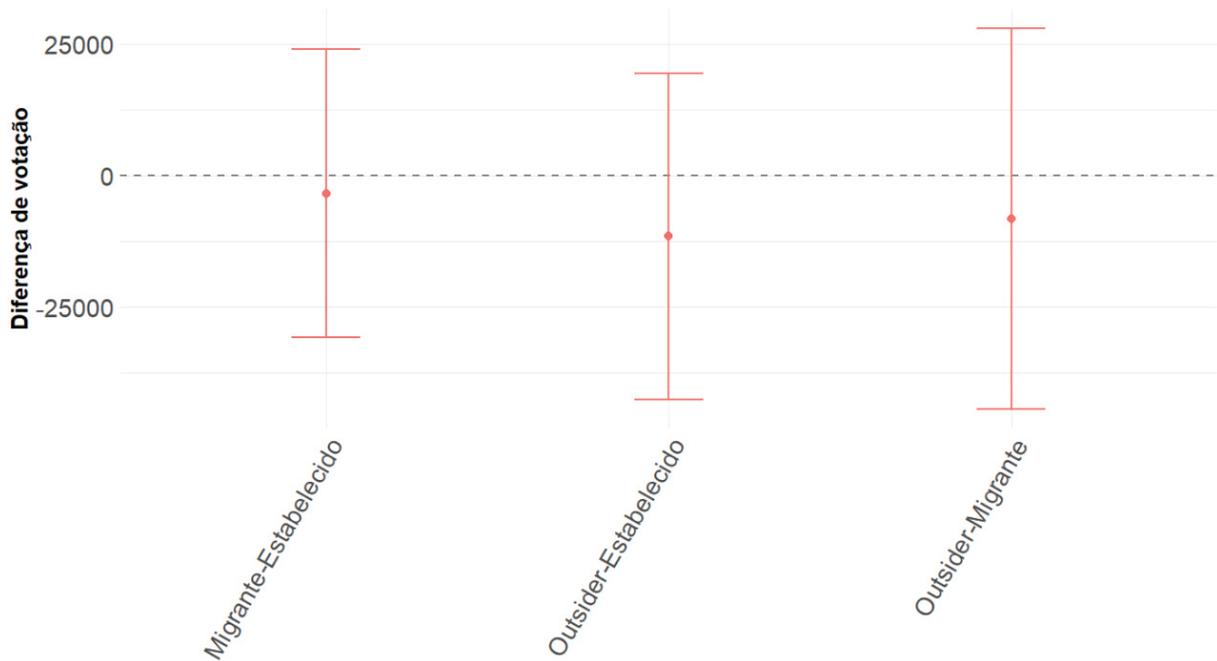
**Tabela 34** - Teste de Tukey: votos por carreira política (n=513 deputados federais)

Carreira Política	diff	lwr	upr	p. adj
Migrante-Estabelecido	-3415	-30720	23890	0.9534727
Outsider-Estabelecido	-11573	-42495	19348	0.6533204
Outsider-Migrante	-8158	-44254	27938	0.9094813

Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR)

Conforme previsto pela análise do coeficiente do teste de ANOVA, os resultados do teste de Tukey não apresentaram coeficientes estatisticamente significativos para nenhum dos três grupos de carreira política. Entre os grupos de migrante e estabelecidos, a diferença média dos foi de -3415, os limites superiores e inferiores apresentaram valores de -30.720 e 23.890, com um valor de p ajustado de 0.95. Já entre os grupos de *outsiders* e estabelecidos a diferença média foi de -11573, os limites superiores e inferiores apresentaram valores de -42.495 e 19.348 e o p valor ajustado foi de 0.65. Por fim, o teste entre os grupos de *outsiders* e migrantes resultou em uma diferença média de -8158, os limites superiores e inferiores apresentaram valores de -44254 e 27938 e o p valor ajustado foi de 0.90. O gráfico abaixo apresenta visualmente esses dados:

**Gráfico 13** - Diferença de votação por carreira política (n=513 deputados federais)



Fonte: dados do TSE e do GEIST (UFPR).

Com uma diferença de -3415, o grupo dos migrantes, em comparação com os estabelecidos, apresentou a menor diferença nos votos obtidos pelos deputados federais em 2022 entre as carreiras políticas. Entre os *outsiders* e os estabelecidos, a diferença foi de -11.573, apresentando a maior diferença entre as comparações. Já na entre os *outsiders* e os migrantes, os valores indicaram uma diferença de -8158. Agora, discutiremos os resultados encontrados até aqui.

## 6. CONCLUSÕES, DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E AGENDA.

Após as análises dos dados relacionados às MSD, carreiras políticas e votação dos deputados federais eleitos nas eleições de 2022, o próximo passo da presente dissertação é discutir os resultados das quatro hipóteses presentes no estudo. Dessa forma, conseguiremos compreender como os elementos analisados se relacionam entre si e como contribuem para responder à nossa pergunta de pesquisa.

### 6.1. TESTE DAS HIPÓTESES.

Iniciando pela primeira hipótese do trabalho, relacionada a intenção de investigar se os deputados *outsiders* eleitos na legislatura de 2022 possuem um maior engajamento nas MSD (Wisse; Linhares; Braga, 2021) que parlamentares estabelecidos e migrantes durante o período eleitoral. Em primeiro lugar, realizamos a construção de uma variável denominada “somatório de engajamento”. Com ela, foi possível agrupar todo o engajamento recebido nas MSD (*Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok*) em apenas uma dimensão e então realizar os testes de variação de médias entre o engajamento total durante o período eleitoral com o tipo de carreira política.

Nesse sentido, realizamos um teste de variação de médias com teste *post hoc*. O primeiro teste de variação de médias, ANOVA, resultou em um coeficiente (*F value*) de 0.0902 onde o limite para rejeitamos a hipótese nula é de 0.05 e, com isso, aplicamos o teste *post hoc* de Tukey que também resultou em valor de p de 0.9 para os três grupos, onde o limite para rejeitamos a hipótese nula é de 0.05. Com esses resultados, a primeira hipótese da presente dissertação foi rejeitada. Ou seja, não é possível afirmar que os deputados *outsiders* eleitos na legislatura de 2022 possuem um maior engajamento nas MSD (Wisse; Linhares; Braga, 2021) que parlamentares estabelecidos e migrantes durante o período eleitoral.

Em relação a segunda hipótese do estudo, que investigava se o percentual de parlamentares *outsiders* e “*influencers*” é maior em MSD mais recentes, como o *TikTok* e o *Instagram*, enquanto os estabelecidos e migrantes apresentam percentuais maiores no *Facebook, X (Twitter) e Youtube* (Padilha; Braga, 2023), realizamos um cruzamento entre quantidade de engajamento e de seguidores em cada rede social. Assim, para responder a esta hipótese, segmentamos a variável “somatório de engajamento” por cada uma das MSD analisadas (*Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok*). Além disso, utilizamos a

quantidade de seguidores, em cada uma das MSD, ao final da campanha eleitoral para elaborar quatro quadrantes analíticos montados a partir da média encontrada em ambas as variáveis.

No primeiro quadrante (Q1), estão localizados aqueles parlamentares que obtiveram um alto engajamento e um alto volume de seguidores simultaneamente, classificados no presente trabalho como “parlamentares *influencers*” em cada uma das MSD analisadas. A tabela abaixo apresenta o resumo dos resultados da seção que discute a relação entre parlamentares influencers e carreiras políticas:

**Tabela 35** - Porcentagem de parlamentares no primeiro quadrante (Q1) e coeficientes de correlação por carreira política

		Estabelecidos	Migrantes	Outsiders
<i>Facebook</i>	% de deputados no Q1	29 (9.2%)	16 (13.9%)	3 (3.6%)
	Coefficiente de correlação	0.487	0.828	0.988
<i>Instagram</i>	% de deputados no Q1	28 (8.9%)	10 (8.7%)	11 (13.3%)
	Coefficiente de correlação	0.644	0.915	0.603
<i>X (Twitter)</i>	% de deputados no Q1	37 (11.7%)	7 (6.1%)	7 (8.4%)
	Coefficiente de correlação	0.518	0.704	0.773
<i>Youtube</i>	% de deputados no Q1	11 (3.5%)	3 (2.6%)	4 (4.8%)
	Coefficiente de correlação	0.683	0.639	0.878
<i>TikTok</i>	% de deputados no Q1	15 (4.8%)	2 (1.7%)	2 (2.4%)
	Coefficiente de correlação	0.900	0.998	0.099

Fonte: dados a partir do TSE e do GEIST (UFPR)

Assim, para apresentarmos uma resposta para a segunda hipótese do estudo, é necessário realizar uma análise segmentada por rede social em comparação com cada tipo de carreira política. A partir da avaliação dos dados presentes na acima é possível identificar que, no geral, os números relacionados à porcentagem de parlamentares “*influencers*” presentes no primeiro quadrante (Q1) tendem a variar a depender da rede social e do tipo de carreira política.

No caso do *Facebook*, o grupo que apresenta a maior porcentagem de parlamentares no primeiro quadrante (Q1) é o dos estabelecidos, com 9.2% do total de parlamentares estabelecidos presentes no quadrante. Entretanto, a correlação entre a quantidade de engajamento e seguidores é a segunda menor entre os grupos.

Em relação ao *Instagram*, a categoria de carreira política que apresenta a maior porcentagem de deputados federais no primeiro quadrante (Q1) é o dos *outsiders* com 13.3% do total do grupo presente neste quadrante. Por outro lado, a correlação entre a quantidade de engajamento e público digital na rede é a menor entre os três grupos de carreira política analisados.

No X (*Twitter*), a categoria dos estabelecidos é a que detém a maior porcentagem de parlamentares no primeiro quadrante (Q1), com 11.7% do total desse grupo. Novamente, na análise da correlação entre ambas as variáveis, o coeficiente retornou o menor valor em comparação com os demais grupos.

No caso do *Youtube*, a categoria que apresentar a maior porcentagem de parlamentares no primeiro quadrante (Q1) é a dos *outsiders*, com 4.8% do total do grupo e, nesse caso, com a maior correlação entre inscritos no perfil e engajamento durante o período eleitoral, correspondendo a um coeficiente de 0.878.

Em relação ao *TikTok*, a categoria de carreira política que apresenta a maior porcentagem de deputados no primeiro quadrante (Q1) é a dos deputados federais estabelecidos, com 4.8% do total do grupo e a segunda maior correlação entre as variáveis, correspondendo a um coeficiente de 0.900.

Com isso, confirmamos parcialmente a segunda hipótese do estudo, uma vez que o percentual de parlamentares “*influencers*” difere do que imaginamos inicialmente. Quando analisamos o *TikTok* e o *Instagram*, percentualmente, os *outsiders* se destacam apenas no *Instagram*. Por outro lado, o *Youtube*, rede social focada em vídeos longos e “mais antiga” em comparação com as demais, é uma mídia social em que os *outsiders* conseguem apresentar um percentual de parlamentares “*influencers*” maior. Esses resultados corroboram análises anteriores que indicavam a existência de uma associação entre o uso intensivo do *Instagram* entre os parlamentares *outsiders* (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021) e as aprofundam na medida em que foi possível identificar características que também indicam um uso diferenciado do *Youtube* pelos parlamentares *outsiders*.

Em relação à terceira hipótese do estudo, que pretendia avaliar se os deputados federais “*influencers*” recebem mais votos que os “não *influencers*” (Ramos; Padilha; Braga, 2023), refletindo a crescente importância das ferramentas da internet na acumulação de capital político

e eleitoral (Braga; Carlomagno, 2018), realizamos testes de Qui-Quadrado para avaliar se esta associação é verdadeira. Nesse sentido, houve forte associação entre ser considerado um parlamentar “influencer” nas MSD e possuir maiores médias de votação e, dessa forma, sendo possível confirmar a terceira hipótese do presente trabalho.

Por fim, para responder a quarta e última hipótese da presente dissertação, que defendia que parlamentares *outsiders* possuem maiores médias de votos quando comparados com parlamentares estabelecidos e migrantes (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021), utilizamos o teste de variação de médias ANOVA com o *post hoc* de Tukey para comparação da votação com os diferentes grupos de carreira política. Em ambos os casos, os coeficientes indicaram que não há diferenças de médias estatisticamente significativas entre as tipologias de carreira política e a votação obtida em 2022. Com esse resultado rejeitamos nossa quarta hipótese.

Mas por que parte das hipóteses da presente dissertação foram rejeitadas? Para responder a essa questão, apresentamos duas possibilidades a serem discutidas em estudos posteriores. A primeira diz respeito à análise do capital político acumulado no decorrer das carreiras políticas dos deputados federais. A segunda é relacionada com a utilização de variáveis associadas à polarização política para discussão da ascensão de lideranças *outsiders* na política. Nesse sentido, nas próximas seções da discussão dos resultados, iremos realizar uma breve prospecção de ambos os pontos.

## 6.2 CAPITAL POLÍTICO E POLARIZAÇÃO POLÍTICA COMO ELEMENTOS PARA A ANÁLISE DE OUTSIDERS E INFLUENCIADORES.

Como a análise envolvendo capital político pode ser explorada no debate sobre a ascensão de políticos *outsiders*? Com o intuito de responder a esta pergunta, apresentaremos um panorama acerca do tema.

Para Luis Felipe Miguel (2003), o conceito de capital político surge a partir de uma variante da concepção de capital simbólico. Fundamentando-se em uma abordagem sociológica, o arcabouço teórico parte das teorias de Bourdieu e considera o capital político como uma manifestação particular do capital simbólico e inserindo o conceito no âmbito das interações entre as relações sociais e o mundo político.

Dessa forma, é possível classificar o capital político a partir de três categorias: i) capital delgado, que se origina no próprio campo político e é associado à notoriedade obtida por mandatos conquistados pelo voto popular; ii) capital convertido, derivado de outros campos, que não o campo político, como, por exemplo, o campo econômico e o social, onde pode ser

exemplificado a partir de uma conversão desses capitais em capital político; iii) capital heroico que, mesmo também apresentando uma lógica voltada para a conversão de capital, é baseado na notoriedade de determinado indivíduo (Miguel, 2003; Miguel; Marques; Machado, 2015).

Com isso, é possível identificar diferentes formas de acúmulo de capital político e assim cruzar tais informações com as variáveis de interesse. Entre as possíveis formas de acúmulo de capital político estão: acumulação advinda de sindicato de trabalhadores, sindicato patronal, poder econômico, a partir de familiares presentes com cargo político, sacerdotes de movimentos religiosos, militares ou policiais, ocupantes de cargo de segundo escalão dos governos e aqueles onde o capital político advém da mídia (Miguel, 2023).

Em estudo exploratório que visou realizar tal cruzamento de dados, Padilha e Braga (2023) apresentam resultados interessantes indicando que, entre os deputados federais paranaenses, foram identificados que 50% deles acumularam capital político a partir do poder econômico, 25% a partir da internet e os outros 25% por outros tipos de capital político. Esses resultados nos mostram que utilizar as variáveis relacionadas ao capital político em estudos envolvendo a ascensão de lideranças *outsiders* apresenta um caminho promissor no estudo do fenômeno dos *outsiders* na política.

Seguindo lógica similar à empregada na discussão envolvendo o uso do capital político em estudos sobre a ascensão de lideranças *outsiders*, realizaremos uma breve prospecção relacionada ao emprego do conceito de polarização política na agenda de pesquisa que discute a ascensão de lideranças *outsiders*. Para isso, iniciaremos com um apanhado dos debates sobre polarização política tanto em âmbito internacional quanto na literatura brasileira.

Com ênfase nos Estados Unidos, os estudos sobre polarização política mostram que a divisão entre partidários democratas e republicanos se desenvolveu em decorrência de um longo processo histórico, onde ocorre, principalmente após a década de 1960, um alinhamento de identidades sociais com ambos os partidos (Fuks; Marques, 2020). Dessa forma, esse alinhamento pode ser exemplificado a partir de uma maior aderência de negros e liberais ao partido Democrata e uma maior agremiação de religiosos e conservadores ao partido Republicano.

Nesse sentido, os estudiosos exploram duas dimensões deste fenômeno. Uma delas relaciona-se às elites políticas, onde a polarização é definida como a separação ideológica entre os partidos e seus próprios membros dentro do parlamento (Poole; Rosenthal, 2001). A segunda linha se relaciona ao eleitorado, enquanto parte da literatura especializada debate se há ou não polarização entre os segmentos dos eleitores (Fiorina; Abrams, 2008), estudiosos que defendem a existência de tal polarização examinam as dinâmicas desse fenômeno, distinguindo

assim a polarização em dois aspectos distintos - a afetiva (Mason, 2018) e a ideológica (Abramowitz, 2010).

Entre o eleitorado, a dimensão ideológica da polarização está relacionada aos posicionamentos da população a respeito de temas contextuais e políticos tendo como exemplo os direitos dos homossexuais e temas morais como o divórcio ou o aborto (Ortellado; Ribeiro; Zeine, 2022). Assim, a polarização ideológica pode ser definida como o aumento da distância ideológica entre os principais agrupamentos políticos presentes na sociedade (Abramowitz, 2010). No geral, para mensurar e analisar esta dimensão, os pesquisadores utilizam *surveys* voltados à cultura política, como os estudos elaborados pelo Latin American Public Opinion Project (LAPOP).

Para avaliar a dimensão afetiva da polarização, os trabalhos que abordam essa temática visam medir o grau de desafeição entre grupos políticos antagônicos presentes na sociedade (Iyengar; Sood; Lelkes, 2012). Dessa forma, a polarização afetiva pode ser definida como a rejeição de determinados grupos sociais aos partidos ou líderes políticos (Fuks; Marques, 2022). Estudos que buscam mensurar essa dimensão utilizam dados relacionados às votações obtidas por candidatos e grupos político após os resultados das eleições (Nunes; Traumann, 2023), pesquisas de intenção de voto (Bello, 2022; Nunes; Traumann, 2023) e estudos pós-eleitorais como o ESEB (Fuks; Marques, 2022).

No Brasil, em contraponto aos Estados Unidos, não há um longo processo de polarização baseado em forte alinhamento de identidades sociais do eleitorado entre dois partidos, como sugere a literatura internacional sobre o tema. Assim, estudos indicam que outros fatores, como o surgimento de uma nova direita política nas ruas, nos meios de comunicação e na internet - elementos que culminaram na eleição de Bolsonaro em 2018 (Fuks; Marques, 2020) - são aspectos importantes para avaliar a polarização política no contexto brasileiro.

Entretanto, há um debate na literatura sobre a existência ou não de polarização política na sociedade brasileira. Nesse sentido, alguns estudiosos divergem da tese de que há uma crescente polarização, argumentando que não ocorre um crescimento da direita política entre o eleitorado (Borges; Vidigal, 2018) e de que estaríamos diante de um quadro de partidos mais diferenciados num sistema não polarizado (Borba; Ferreira; Silva; Amorim, 2021). Por sua vez, outros pesquisadores afirmam que ainda é cedo para saber se a trajetória de antagonismos entre o eleitorado irá conduzir à uma sociedade politicamente polarizada (Fuks; Marques, 2022).

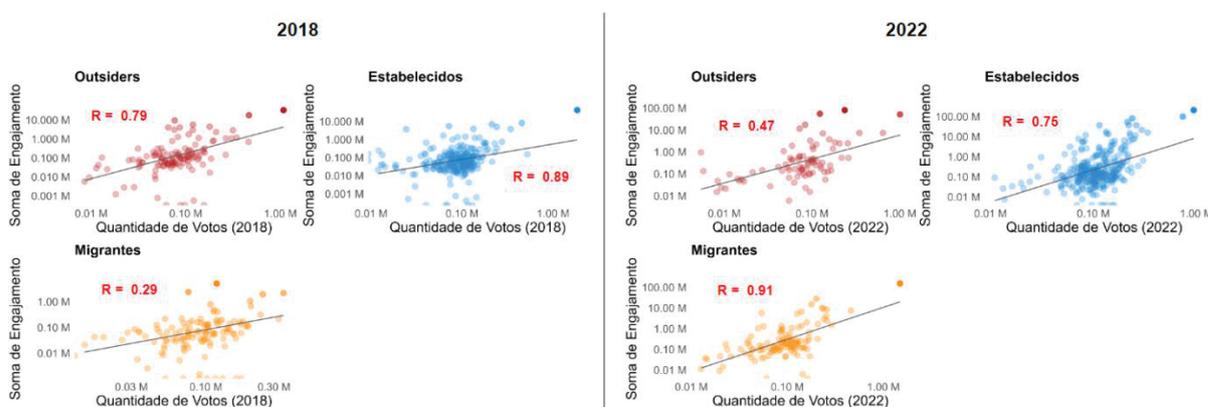
Ainda, alguns pesquisadores mais entusiastas defendem que a sociedade brasileira não está apenas polarizada, mas que essa polarização já ultrapassou o nível político e agora atinge

famílias e empresas. Essa é a tese da calcificação da polarização política (Nunes, Traumann, 2023).

Mas em que medida a ideia de polarização política pode ser empregada em estudos envolvendo a ascensão de lideranças *outsiders*? Embora não seja tópico central do trabalho, Fuks e Marques (2022) realizam uma breve associação entre ambos os conceitos ao argumentar que, em um contexto de polarização e fragilidade do sistema partidário, os eleitores estariam mais propensos a apoiar candidatos extremistas e *outsiders* (Fuks; Marques, 2022).

Com isso, é possível avançar no debate e realizar mais uma prospecção em defesa do uso de variáveis envolvendo MSD e polarização política na agenda de pesquisa que visa abordar a ascensão de lideranças *outsiders*. Em uma análise exploratória das legislaturas de 2018 e 2022, é possível identificar algumas características dos deputados federais por tipo de carreira política. Nas eleições de 2018, houve alta correlação entre o engajamento nas MSD e a quantidade de votos, com deputados *outsiders* (0.79) e estabelecidos (0.89), mas baixa entre migrantes (0.29), como mostrado no gráfico<sup>13</sup>:

**Gráfico 14** - Somatório engajamento nas redes (*Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok*) e votação dos deputados federais (2018 e 2022)



Fonte: dados a partir da api Quaest e do GEIST (UFPR).

Nas eleições de 2022, as relações entre engajamento, votação e carreira política mudaram, especialmente entre os *outsiders*: a correlação entre engajamento e votos caiu de 0.79 em 2018 para 0.47 em 2022. Entre os estabelecidos, houve uma leve queda para 0.75 (em 2018 era 0.89), enquanto entre os migrantes a correlação subiu para 0.91 (em 2018 era 0.29). De forma exploratória, essas informações nos permitem prospectar alguns caminhos para o desenvolvimento de pesquisas futuras.

<sup>13</sup> Gráficos em escala logarítmica para facilitar a visualização.

Os resultados de 2018 diferem dos de 2022, o que isso significa? Em primeiro lugar, esses dados representam um indicativo de consolidação dos *outsiders* na arena política: uma vez que parte desse grupo é reeleito em 2022, em um contexto de maior polarização política (Nunes; Traumann, 2023), eles passam para a categoria de estabelecidos e mantêm a correlação do grupo de políticos estabelecidos em valores similares ao pleito anterior. Em segundo lugar, é possível perceber uma grande diferença da correção entre engajamento e votos dos migrantes que é explicada pela ascensão de figuras políticas com alta presença digital, como André Janones (AVANTE-MG) e Nikolas Ferreira (PL-MG), que em 2018 eram vereadores e em 2022 migram de carreira política e conquistam o cargo de deputado federal.

### 6.3 À GUIA DE CONCLUSÃO

Esta dissertação teve como objeto de estudo os deputados federais eleitos para a legislatura 2022 e seus perfis digitais e de carreira política. O problema de pesquisa visou investigar em que medida o alto engajamento nas MSD favorece a ascensão de *outsiders* na arena política. Para responder a este problema, mapeamos os perfis de cada um dos 513 deputados federais eleitos em 2022 no *Facebook*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *Youtube* e *TikTok*. Com isso, o universo da pesquisa relacionado ao volume de contas nas MSD foi de 2.279 perfis. Além do volume de contas, coletamos métricas relacionadas ao engajamento durante o período de campanha eleitoral de 2022 entre agosto e outubro. Com a intenção de classificar os deputados a partir de suas carreiras políticas, definimos três tipos de categorias a partir da literatura nacional e internacional: *outsiders*, estabelecidos e migrantes.

Como metodologia de análise, utilizamos análises quantitativas de dados a partir de testes de variação de médias envolvendo paramétricos, como o ANOVA e o *post hoc* de Tukey. Além disso, aplicamos correlações e definimos quatro quadrantes analíticos para identificar aqueles perfis de deputados federais que possuem características, como a alta quantidade de engajamento e alto volume de seguidores, que se assemelham às encontradas em perfis de influenciadores digitais.

Os resultados mais relevantes da pesquisa indicam que, diferentemente do que estudos anteriores demonstraram (Padilha; Braga 2023; Wisse; Linhares; Braga, 2021), o engajamento nas MSD, quando olhamos para o somatório da métrica em todas as redes analisadas, não é maior entre os *outsiders* quando comparados a outras categorias de carreira política entre os deputados federais eleitos em 2022. Nesse sentido, tal resultado, embora tenha negado a primeira hipótese do estudo, indica um caminho a ser debatido por pesquisas que abordem o tema, uma vez que, em outras legislaturas, essa associação foi identificada.

Dessa forma, outro achado da pesquisa é de que, quando segmentamos a análise por tipo de rede social e categoria de carreira política, encontramos nuances interessantes entre as variáveis. Ao estabelecer quatro quadrantes analíticos a partir do engajamento obtido durante a campanha eleitoral de 2022 com o volume de segmentos, separando tais variáveis por rede social (*Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e TikTok*) e por carreira política (estabelecido, migrante e *outsider*) foi possível identificar perfis de parlamentares que possuem métricas semelhantes aos dos influenciadores digitais. Nesse sentido, os *outsiders* possuem destaque no *Youtube* e no *Instagram*, resultado que, de certa forma, corrobora com achados encontrados em pesquisas anteriores (Braga; Tavares; Padilha; Macedo, 2021).

Por outro lado, quando olhamos para as votações dos deputados federais, o resultado também vai na contramão do que trabalhos anteriores indicavam uma vez que a votação dos parlamentares *outsiders* não é maior do que em comparação com outras categorias de carreiras políticas, como a dos deputados federais estabelecidos e aqueles migrantes de carreira política.

Em relação às limitações da pesquisa, consideramos dois pontos que merecem destaque. Em primeiro lugar, a ausência de variáveis relacionadas ao capital político acumulado por tais deputados no decorrer de sua carreira política. Dessa forma, estudos exploratórios têm indicado que essas variáveis podem auxiliar na explicação de fenômenos relacionados à ascensão de lideranças *outsiders* dentro do sistema político.

Outra limitação da pesquisa, também relacionada à utilização de variáveis que ajudem na elucidação do fenômeno dos *outsiders*, é o uso de métricas relativas à polarização política e uma análise longitudinal do fenômeno. Nesse sentido, embora ocorra um debate sobre a existência ou não de polarização política na sociedade brasileira, estudos sobre o tema apresentam indicativos de que, com o crescimento da polarização política, os eleitores tenderiam a votar em atores políticos extremistas e *outsiders*.

Embora a presente pesquisa conte com tais limitações, acreditamos que esta dissertação representa uma contribuição para o campo da Comunicação Política. Ao oferecer uma análise empírica focada em métricas relacionadas ao comportamento digital de uma nova categoria de atores políticos, os *outsiders*, este trabalho busca avançar na compreensão das dinâmicas contemporâneas que envolvem a interação entre política, plataformas digitais e carreiras políticas.

Em estudos futuros, indicamos a análise das MSD e carreiras políticas a partir de uma perspectiva longitudinal relacionada ao incremento de outras legislaturas dentro do arcabouço empírico da pesquisa. Além disso, a utilização de mais variáveis relacionadas ao acúmulo de

capital político e níveis de polarização política entre os eleitores aparentam trazer resultados interessantes em pesquisas sobre *outsiders* na política.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOWITZ, A. I. The disappearing center: engaged citizens, polarization, and American democracy. London: **Yale University Press**, 2010.
- BARBER, BENJAMIN. Barber. The New Telecommunications Technology: Endless Frontier or the End of Democracy?. **Constellations: An International Journal of Critical & Democratic Theory**, Vol 4, 1997
- BARR, Robert R. Populists, Outsiders and Anti-Establishment Politics. **Party Politics**, v. 15, n. 1, p. 29- 48, 2009.
- BECKER, Ted. Rating the impact of new technologies on democracy. **Communications of the ACM**, v. 44, n. 1, p. 39-43, 2001.
- BECKER, Howard Saul. **Outsiders: Estudos de sociologia do desvio**.1.ed. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2008.
- BELLO, André. Polarização política dinâmica: evidências do Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, SP, v. 29, n. 1, p. 42–68, 2023.
- BORBA, Julian; FERREIRA; Matheus; SILVA, Gregório; AMORIM, Lucas. Polarização ideológica entre deputados federais no Brasil (2005-2021). **Revista de Estudos Históricos**, v. 37 n. 81, 2024.
- BORGES, A.; VIDIGAL, R.. Do lulismo ao antipetismo? Polarização, partidarismo e voto nas eleições presidenciais brasileiras. **Opinião Pública**, v. 24, n. 1, p. 53–89, jan. 2018.
- 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, Brasília**, n. 26, p. 7-62, 2018.
- BRAGA, Sérgio Soares; RAMOS, RANGEL RAMIRO. PADILHA; Rafael Linhares. Muito além das “fake news”; estratégias discursivas e defesa de políticas públicas de parlamentares da Argentina, Brasil e Portugal em ambientes digitais polarizados. In: 14º **Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política**. Salvador: ABCP, 2023.
- BRAGA, Sérgio; SAMPAIO, Rafael Cardoso ; CARLOMAGNO, Marcio Cunha; VIEIRA, Fabricia Almeida ; ANGELI, Alzira Ester ; SUHURT, Juan Francisco Arrom . Eleições online em tempos de big data? Métodos e questões de pesquisa a partir das eleições municipais brasileiras de 2016. **Estudos em Comunicação**, v. 25, p. 253-285, 2017.
- BRAGA, Sergio Soares; TAVARES, Diogo; PADILHA, Rafael. Linhares; MACEDO, Marcio Giovani. Outliers são outsiders? perfil dos deputados estaduais heavy users de mídias digitais na legislatura 2019-2023. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados**, v. V. 14, p. 110-129, 2021
- CARRERAS, Miguel. The Rise of Outsiders in Latin America, 1980-2010: An Institutional Perspective. **Comparative. Political Studies**. 45(12): 1451–82, 2012.
- CARVALHO, Fernanda Cavassana de; CERVI, Emerson Urizzi. Mais populismo, menos representatividade: monitoramento e lógica populista da comunicação política em MSD online. **Revista Estudos de Política**, v. 9, p. 86-103, 2018.

- CODATO, A.; LORENCETTI, M.; PRATA, B. Elites políticas e representação: uma investigação da literatura contemporânea sobre políticos profissionais. **BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, [S. l.], n. 95, 2021.
- CORRALES, J. Latin America's Neocaudillismo: ex-presidents and newcomers running for President... and winning. **Latin American Politics and Society**, v. 50, n. 3, p. 1-35, 2008.
- CERVI, Emerson Urizzi; SINDERSKI, Rafaela; VERNER, Afonso. Até tu, prefeito! Sobre quando as MSD on-line chegam às eleições municipais. **Revista Política e Sociedade**, v. 20, p. 73-103, 2022.
- COLEMAN, Stephen; BLUMLER, Jay G. **The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- ELIAS, Norbert; SCOTSON, John. **Os Estabelecidos e os Outsiders: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge ZAHAR, 2000.
- EZROW, L.; TAVITZ, M.; HOMOLA, J. "Voter polarization strength of partisanship and support for extremist parties". **Comparative Political Studies**, Thousand Oaks, vol. 47, nº11, p. 1558-1583, 2014.
- FRIEDLAND, Lewis A. Electronic democracy and the new citizenship. **Media, Culture & Society**, v. 18, n. 2, p. 185-212, 1996.
- FIORINA, M. P.; ABRAMS, S. J. "Political polarization in the American public". **Annual Review of Political Science**, San Mateo, vol. 11, p. 563-588, jun. 2008.
- FUKS, Mario; MARQUES, Pedro Henrique. Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, SP, v. 28, n. 3, p. 560-593, 2022.
- FUKS, M.; MARQUES, P. H. Contexto e voto: o impacto da reorganização da direita sobre a consistência ideológica do voto nas eleições de 2018. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 26, nº 3, p. 401-430, 2020.
- GIBSON, Rachel; BON, Esmeralda; DARIUS, Philipp; SMYTH, Peter. Are Online Political Influencers Accelerating Democratic Deconsolidation? **Media and Communication**, vol. 11, p. 175 - 186, 2023.
- GOFFMAN, Erving. **Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos, ed.4, 1988.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. Editora Paulus. v1, 2004.
- GOMES, Wilson; MARQUES, F. P. J. A. (Eds.). **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-46.
- GOMES, Wilson; SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **A democracia no mundo digital: História, problemas e temas**. São Paulo: Edições Sesc, 2019.
- GRÖNLUND, Å. Democracy in an IT-framed society: introduction. **Communications of the ACM**, v. 44, n. 1, p. 22-26, jan. 2001.
- IYENGAR, S.; SOOD, G.; LELKES, Y. "Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization". *Public Opinion Quarterly*, Oxford, vol. 76, nº 3, p. 405-431, set. 2012.

- MARTOS; M. D. M.M; GRACIA; M. M. R. Caracterización sectorial y de género de los influenciadores de medios sociales en X. **Cuadernos.Info**, n. 60, p. 46-67, 2024.
- MARQUES, F. P. J. A.; AQUINO, J. A. MIOLA, E. Parlamentares, representação política e MSD digitais. **Opinião Pública**, vol. 20, n. 2, 2014.
- MASSUCHIN, M. G.; TAVARES, C. Q. Campanha eleitoral nas MSD: as estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no *Facebook*. **Revista Compolitica**, v. 5, p. 75-112, 2015.
- MASON, L. *Uncivil agreement: how politics became our identity*. Chicago: **University of Chicago Press**, 2018.
- MIGUEL, L. F. Capital político e carreira eleitoral; algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 20, p. 115-134, 2003.
- NEAGLI, Jackson Paul. Grassroots, Astroturf, or Something in Between? Semi-Official WeChat Accounts as Covert Vectors of Party-State Influence in Contemporary China. **Journal of Current Chinese Affairs**, v. 50, n. 2, p. 192-214, 2021.
- NUNES, Felipe; TRAUMANN, Thomas. **Biografia do abismo: Como a polarização divide famílias, desafia empresas e compromete o futuro do Brasil**. HarperCollins; 1ª edição, 2023
- ORTELLADO, P.; RIBEIRO, M. M.; ZEINE, L. “Existe polarização política no Brasil? Análise das evidências em duas séries de pesquisas de opinião”. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 28, nº 1, p. 62-91, 2022.
- PADILHA, Rafael Linhares; BRAGA, Sérgio Soares. Outsiders, outliers e mídias digitais: o caso dos deputados paranaenses. **Revista do Legislativo Paranaense**, n.7, 2023.
- PICUSSA, Roberta. Outsiders: um conceito de difícil operacionalização na Ciência Política. **Rev. Sociol. Polit.**, v. 31, e 23, 2023.
- RAMOS, RANGEL RAMIRO. PADILHA; Rafael Linhares. BRAGA, Sérgio Soares. De onde vieram, para onde foram? outsiders, outliers e mídias digitais na 56ª legislatura. In: **47º Anais do Encontro Anual da Anpocs**. São Paulo: Anpocs, 2023.
- RECUERO, Raquel. **Introdução à Análise de MSD**. EDUFBA, 2017.
- RICHARDS, Steve. **The Rise of the Outsiders: How Mainstream Politics Lost Its Way**. Londres: Atlantic Books, 2017.
- SAMPAIO, Rafael Cardoso; BRAGATTO, Rachel Callai; NICOLAS, Maria Alejandra. A construção do campo de internet e política: análise dos artigos brasileiros apresentados entre 2000 e 2014. **Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília**, n. 21, p.285-320, 2016.
- SILVA, E. Social movements, policy, and conflict in post neoliberal Latin America: Bolivia in the time of evo morales. **Research in Political Sociology**, 21, 2013.
- STOCKMANN, Daniela. Toward Area-Smart Data Science: Critical Questions for Working With Big Data From China. **Policy & Internet**, vol 10, 2018.
- VOLPATTI, Leonardo; LIMA, Fabio Monteiro. **O Congresso Nacional dos Digital Influencers**. Congresso em Foco. 2018. Disponível em: <https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/26989/o-congresso-nacional-dos-digital-influencers>

WISSE, Fernando ; PADILHA, RAFAEL LINHARES E ; BRAGA, Sérgio. **São os outliers, outsiders? Perfil dos deputados federais usuários intensivos de mídias digitais na legislatura 2019-2023.** In: Adriano Codato, Gabryela Gabriel, Nilton Sainz, Maiane Bittencourt, Rodrigo da Silva.. (Org.). *Investigações sobre políticos profissionais no Brasil*. 1ed.Curitiba: Massimo Editores, 2021, v. , p. 108-145.