



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – ICH
PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**REDES SOCIAIS COMO POLÍTICA DE ESCALA
PARA A REPRESENTAÇÃO POLÍTICA
DE MULHERES NEGRAS
na Câmara Legislativa do DF em 2022**

Ana Carolina Oliveira Tessmann

Dissertação de Mestrado

Brasília/DF
Agosto de 2024

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**REDES SOCIAIS COMO POLÍTICA DE ESCALA
PARA A REPRESENTAÇÃO POLÍTICA
DE MULHERES NEGRAS
na Câmara Legislativa do DF em 2022**

Ana Carolina Oliveira Tessmann

Orientador: Daniel Abreu de Azevedo

Dissertação de Mestrado

Brasília/DF

Agosto de 2024

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

**REDES SOCIAIS COMO POLÍTICA DE ESCALA
PARA A REPRESENTAÇÃO POLÍTICA
DE MULHERES NEGRAS
na Câmara Legislativa do DF em 2022**

Ana Carolina Oliveira Tessmann

Dissertação de Mestrado submetida ao Departamento de Geografia da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Mestre em Geografia, área de concentração Gestão Ambiental e Territorial, opção Acadêmica, linha de pesquisa 3 - Produção do Espaço Urbano, Rural e regional.

Aprovada por:

Dr. Daniel Abreu de Azevedo (UnB)

(Orientador)

Dra. Márcia da Silva (UNICENTRO)

(Examinadora Externa)

Dra. Sonia Luiza Terron (IBGE)

(Examinadora Externa)

Brasília/DF, 13/09/2024

TESSMANN, ANA CAROLINA OLIVEIRA

Redes Sociais como Política de Escala para a Representação Política de Mulheres Negras na Câmara Legislativa do DF em 2022, 217 p. (UnB-IH-PPGGEA, Mestre, Geografia Política, 2024).

Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-graduação em Geografia - Universidade de Brasília

1. Geografia Eleitoral
2. Redes sociais e eleições
3. Política de escala
4. Candidatura de mulheres negras à CLDF

I. UnB-PPGGEA

II. Título (série)

III. Orientador: AZEVEDO, Daniel Abreu de.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

TESSMANN, A. C. O. Redes Sociais como Política de Escala para a Representação Política de Mulheres Negras na Câmara Legislativa do DF em 2022. 2024. 217 p. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2024.

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir cópias desta dissertação e emprestar ou vender tais cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. A autora reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte desta dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito da autora.

Ana Carolina Oliveira Tessmann

*À minha mãe, que me ensinou a me importar e me indignar.
Ao meu pai, que com sua presença e carinho
me provou que o afeto e a solidariedade não são dispensáveis.
Ao meu filho, que apesar de minhas ausências
às vésperas de sua quase adolescência,
foi meu parceiro - compreensivo, carinhoso e divertido
em mais essa aventura.*

AGRADECIMENTOS

Mente quem diz que pesquisa é uma jornada solitária. Mente ou não tem olhos de ver. A todas e todos esses, e a tantos outros, cujos nomes posso ter esquecido, mas o afeto guardei.

Ao meu orientador, Daniel, por sua dedicação sem igual. Desde a primeira conversa. Por todas as (inúmeras) leituras atentas, por cada sugestão bibliográfica certa, pelo cuidado em apontar meu barroquismo sem jamais me desencorajar, pelos prazos respeitosamente estabelecidos (e exigidos), pela confiança em minha (feliz) iniciação na Geografia. Obrigada!

Ao meu amigo Thiago, por confiar em mim e me querer bem mais do que eu fui capaz de fazer, insistindo, até me convencer, de que eu e a Geografia Política tínhamos tudo a ver.

À minha prima Beatriz, pela parceria de uma vida, construída por nossa própria conta, risco e teimosia. Seus olhos atentos me “ensinam a olhar” melhor.

Às queridas Gaby, Jane, Rosinha e Missionária, participantes desta pesquisa, que me reiteraram a urgência de apostar na política, porque a política muda sim a realidade.

Pela excelente companhia e contribuição solidária de meu irmão João Gabriel, meus amigos Brenno e Vinícius, que foram à campo comigo por Brasília.

Na figura de Ingridy, à cada uma e cada um do Grupo de Estudos e Pesquisa em Espaço e Democracia (Gepedem) que em todo encontro me ensinaram com suas perspectivas de mundo e Geografia.

Aos queridos Felipe e Allan, que ouviram meus lamentos metodológicos, e com a dedicação e paciência que só os de imenso coração têm, me salvaram em todos eles.

Na figura de Jorge, o secretário de sorriso mais largo e gentil, agradeço ao departamento de Geografia da UnB, seus professores e professoras, com quem sinto não ter tido tempo (ou interesse na área de pesquisa, hehehe) de conviver e aprender mais. Vida longa ao GEA-UnB!

Aos parceiros de laboratório, na figura de Ivone, que visitava toda tarde para garantir nosso bem-estar com sua limpeza, e do vigia Marco, que me acompanhava em segurança pelo estacionamento da UnB já tarde da noite.

À Sinara, Andrea e Brenno, por terem se aberto à nossa amizade, partilhado suas casas, famílias, refeições, viagens, quarto de hotel, desabafos e tudo demasiado humano mais – sei que seguiremos juntxs, pra minha sorte!

Ao amigo e professor Nino, pelo rastro de revolução que faz por onde passa, desde o primeiro encontro, me garantindo que “na luta é que a gente se encontra” mesmo.

Às minhas amigas de adolescência, por termos perseverado em manter o coração e a fofoca (edificante) em dia, mesmo que nossos sonhos e pernas tenham nos levado para longe umas das outras.

Mais uma vez, à minha mãe Josi, meu pai Inácio e meu irmão Gabriel, por terem sido fiéis escudeiros meus, mas sobretudo, melhores amigos de Eduardo. Que sorte a dele!

Ao Rafa, Sarah e vovó Ana, por garantirem ao nosso garoto ser amado e tão bem cuidado mesmo longe dos meus olhos e alcance.

Ao Eduardo, o mais desafiador e divertido projeto da minha vida! Não há melhor escola que essa da vida que temos construído e aprendido juntos. Eu te amo, filho!

Ao meu companheiro - de sonho, de vida, de um tudo - Daniel, pela paciência, por insistir em achar a graça e gastar prazer em tudo e sempre, pela alegria sincera sobre as minhas conquistas, por andarmos de mãos dadas – avante!

Ao samba, afinal só por ele eu não senti peso na consciência algum por, volta e meia, ter deixado de ler e escrever.

Cada um de vocês (e tantos mais) me fez sentir menos só e mais feliz, e ainda que não saibam, me salvaram todos os dias ao longo dos últimos dois anos e três meses.

À coragem das mulheres militantes com quem ladeio nas ruas, a todas as mulheres citadas neste texto, na figura de Hanna Pitkin, mulher, refugiada judia, professora, acadêmica e escritora, que faleceu aos 91 anos enquanto eu me debruçava em sua obra tomando-a por referência clássica. Saber destas mulheres, das maneiras como se entregam à vida e melhoram o mundo, me reitera a certeza de desejar – porque aqui também estamos, queremos e temos direito - cada vez mais espaços por nós ocupados, gestados e transformados.

Juntas(os) arrasamos. Sempre. Obrigada! ♥

APOIO FINANCEIRO

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro concedido, que foi essencial para a realização desta pesquisa. O suporte da agência de fomento, através da bolsa de mestrado e auxílio para participação em evento científico, tornou possível a execução e conclusão deste trabalho e desta jornada de mestrado acadêmico.

Não somente, agradeço ao presidente Lula que, dentre as primeiras medidas de mandato em 2023, sancionou o reajuste significativo do valor e da quantidade de bolsas de pesquisa, que estavam defasadas e menosprezadas desde 2013. Pelo investimento e insistência na Educação e Ciência brasileira. Por ter teimado, obrigada!

“Pretos e pobres.
Quando vir uma preta e um pobre aqui no parlamento,
a gente realmente precisa ser estudado, pra falar assim,
‘como é que você conseguiu superar
todas essas barreiras das dificuldades e chegar aqui?’.
No meu caso, não foi pelo sistema, tá?
Eu não sou fruto desse sistema. [...]
Não foi esse dinheiro de campanha, [...]
não foi o interesse do dirigente partidário, muito pelo contrário,
eu fui contra esse sistema, contra o interesse deles.
O interesse deles não era nem que eu fosse eleita,
era só que eu ajudasse a eleger outro.
E ele, distraído, não percebeu que eu tinha um trabalho comunitário
e que podia chegar.
Ninguém me enxergava.
Ninguém via o trabalho que eu estava fazendo de verdade.”

Jane Klebia do Nascimento Silva Reis,
Deputada Distrital eleita em 2022,
primeira mulher preta a integrar a CLDF

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é analisar o impacto das redes sociais virtuais na distribuição espacial dos votos que estreatas mulheres negras socioeconomicamente desfavorecidas receberam às eleições para a Câmara Legislativa do Distrito Federal em 2022. A hipótese da pesquisa considera que as redes sociais podem servir como política de escala, alterando a dinâmica das campanhas eleitorais no território e impactando a quantidade e a concentração/dispersão dos votos. Para tanto, no primeiro momento, foi necessária uma pesquisa exploratória sobre candidaturas no Distrito Federal, que, embasada na discussão teórica, tivessem menor chance de alcançar sucesso eleitoral. Em seguida, a literatura deu suporte para debater o conceito de representação política de grupos minoritários, que atrelado a uma perspectiva geográfica, apontou as razões, desafios e escalas do fenômeno da sub-representação de mulheres negras e pobres. Em seguida, as redes sociais foram apresentadas como ferramenta de inato potencial de ampliação de escala de ação política que podem implicar em novos arranjos dos processos eleitorais. Dados primários foram produzidos a partir de entrevistas semiestruturadas aplicadas às candidatas analisadas e *survey* (com perguntas do tipo menu suspenso, múltipla escolha e escala Likert) aplicado à amostra da população do DF e respondido por 904 pessoas; dados secundários foram levantados a partir dos votos destas candidatas por zona eleitoral e de netnografia aplicada às redes sociais das participantes. Os dados produzidos foram analisados através de *software* de Inteligência Artificial aplicada às entrevistas; mapeamento dos votos com base na categorização proposta na base teórica; gráficos dos resultados de *survey* produzidos pelo mesmo *software* de aplicação; além de tabulação de conteúdo e indicativos das redes sociais das participantes, que serviram como triangulação metodológica. Os resultados confrontaram a teoria, pois não mostraram neste caso haver, necessariamente, forte relação entre o uso de rede social, o número de votos obtidos e sua espacialização, mas apontaram para um favorecimento quando utilizadas outras modalidades mais tradicionais e instrumentos de campanha eleitoral. O presente estudo contribui para complexificar o impacto das redes sociais nas disputas eleitorais, especialmente para o grupo escolhido como recorte de análise. Com isso, a pesquisa reforça a importância de se pensar políticas públicas e demais estratégias de mitigação de desigualdades para, assim, dirimir os desafios deste grupo para angariar capitais sociais e políticos e, enfim, oportunizá-las verdadeiro acesso aos espaços políticos institucionais.

Palavras-chave: representação política; mulheres negras; redes sociais; política de escala; geografia eleitoral.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto de las redes sociales virtuales en la distribución espacial de las campañas electorales y los votos de mujeres negras socioeconómicamente desfavorecidas que compitieron en las elecciones para la Cámara Legislativa del Distrito Federal en 2022. La hipótesis de la investigación considera que las redes sociales pueden servir como una política de escala, alterando la dinámica de las campañas electorales en el territorio e impactando la espacialización de los votos. Para ello, en primer lugar, se llevó a cabo una investigación exploratoria sobre las candidaturas en el Distrito Federal, enfocándose en aquellas que, basadas en la discusión teórica, tenían menores probabilidades de éxito electoral. Posteriormente, la literatura respaldó el debate sobre el concepto de representación política de grupos minoritarios, vinculado a una perspectiva geográfica que señala las razones, desafíos y escalas del fenómeno de la subrepresentación de mujeres negras y pobres. A continuación, se presentaron las redes sociales como herramientas con un potencial innato para ampliar la escala de la acción política, lo que podría implicar nuevos arreglos en los procesos electorales. Se produjeron datos primarios a partir de entrevistas semiestructuradas aplicadas a las candidatas analizadas y encuestas (con preguntas de tipo menú desplegable, opción múltiple y escala Likert) aplicadas a una muestra de la población del Distrito Federal, respondida por 904 personas; los datos secundarios se recopilaron a partir de los votos de estas candidatas por zona electoral y de una netnografía aplicada a las redes sociales de las participantes. Los datos producidos se analizaron mediante software de inteligencia artificial aplicado a las entrevistas; el mapeo de votos se basó en la categorización propuesta en la base teórica; los gráficos de los resultados de la encuesta fueron producidos por el mismo software; además de la tabulación del contenido e indicadores de las redes sociales de las participantes, que sirvieron como triangulación metodológica. Los resultados desafiaron la teoría, ya que en este caso no mostraron necesariamente una relación fuerte entre el uso de redes sociales y el número de votos, pero señalaron un beneficio cuando se utilizaron otras modalidades e instrumentos de campaña electoral. Este estudio contribuye a complicar el impacto de las redes sociales en las contiendas electorales, especialmente para el grupo seleccionado como recorte de análisis. Así, la investigación refuerza la importancia de pensar en políticas públicas y otras estrategias para mitigar las desigualdades y así abordar los desafíos de este grupo para obtener capital social y político, y finalmente brindarles un verdadero acceso a los espacios políticos institucionales.

Palabras clave: representación política; mujeres negras; redes sociales; política de escala; geografía electoral.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the impact of virtual social networks on the spatial distribution of electoral campaigns and votes from socioeconomically disadvantaged Black women who ran for the Legislative Chamber of the Federal District in 2022. The research hypothesis considers that social networks can serve as politics of scale, altering the dynamics of electoral campaigns in the territory and impacting the spatialization of votes. To this end, an exploratory study on candidacies in the Distrito Federal was initially necessary, focusing on those that, based on theoretical discussion, had a lower chance of electoral success. Subsequently, the literature supported the discussion on the concept of political representation of minority groups, linked to a geographical perspective that highlighted the reasons, challenges, and scales of the underrepresentation of Black and poor women. Next, social networks were presented as tools with inherent potential to expand the scale of political action, potentially leading to new arrangements in electoral processes. Primary data were produced from semi-structured interviews conducted with the analyzed candidates, and surveys (including drop-down menu, multiple-choice, and Likert scale questions) were administered to a sample of the Federal District population, responded to by 904 individuals. Secondary data were collected from the votes received by these candidates per electoral zone and through a netnography applied to the participants' social networks. The produced data were analyzed using artificial intelligence software applied to the interviews; mapping of votes was based on categorization proposed in the theoretical framework; survey results graphs were generated by the same software; in addition to content tabulation and indicators from the participants' social networks, serving as methodological triangulation. The results challenged the theory, as they did not necessarily show a strong relation between social media use and the number of votes in this case, but indicated favorability when other campaign modalities and instruments were used. This study contributes to complicating the impact of social networks on electoral contests, especially for the selected group as the focus of analysis. Thus, the research reinforces the importance of considering public policies and other strategies to mitigate inequalities and address the challenges faced by this group in gaining social and political capital, ultimately providing them with true access to institutional political spaces.

Keywords: political representation; Black women; social networks; politics of scale; electoral geography.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E MAPAS

Figuras

Figura 1 – Campanha da revista Elle	51
Figura 2 – Campanha da revista Elle	51
Figura 3 – Campanha da revista Elle	51
Figura 4 – Campanha da revista Elle	51
Figura 5 - Inauguração da galeria fotográfica das 21 deputadas que passaram pelo legislativo local do DF.....	55
Figura 6 – Foto em homenagem à “Bancada do Batom”	60
Figura 7 – Bancada do Batom (mulheres constituintes de 1988)	61
Figura 8 - Benedita da Silva - Deputada Federal (PT-RJ)	62
Figura 9 - Lídice da Mata - Deputada Federal (PSB-BA)	62
Figura 10 - Percentual de homens brancos eleitos em 2020 por município	64
Figura 11 – Percentual de homens pardos eleitos em 2020 por município	64
Figura 12 – Percentual de homens pretos eleitos em 2020 por município	64
Figura 13 – Percentual de mulheres brancas eleitas em 2020 por município	65
Figura 14 – Percentual de mulheres pardas eleitas em 2020 por município	65
Figura 15 – Percentual de mulheres pretas eleitas em 2020 por município	65
Figura 16 – Postagem de candidata eleita em 2022	79
Figura 17 - Campanha do TSE em 2022	80
Figura 18 – Campanha do TSE em 2020	80
Figura 19 – Campanha Mulheres na Política – a reforma que o Brasil precisa	80
Figura 20 – Cartazes de campanha	81
Figura 21 – Cartaz da campanha #ELASNOPODER	81
Figura 22 – Católicas pelo Direito de Decidir	83
Figura 23 – Católicas e evangélicas na 6ª Marcha das Margaridas.....	83
Figura 24 – Evangélicas na 6ª Marcha das Margaridas.....	84
Figura 25 – Camiseta da marca Conspiração Libertina, de Brasília	85
Figura 26 - Bandeira da campanha Meu Voto Será Feminista	85
Figura 27 – Síntese teórica sobre Representação Política.....	90
Figura 28 – “Mapa” mulheres na política 2019	93
Figura 29 – #mapadasmina	93
Figura 30 - Votação presidencial no 2º turno das eleições de 2022 nas cidades	95
Figura 31 - Capa e contra capa de encarte de empresa especializada em uso de IA para campanhas eleitorais	108
Figura 32 - Encarte de empresa especializada em uso de IA para campanhas eleitorais	109
Figura 33 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 1	125
Figura 34 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 2	127
Figura 35 – Descrição de perfil do X (antigo Twitter) da candidata 2	128
Figura 36 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 3	131
Figura 37 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 5	136
Figura 38 – Perfil de militância da participante 6	137
Figura 39 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 6	141
Figura 40 – Descrição de perfil do X (antigo Twitter) da candidata 6	141
Figura 41 – Postagem sobre “representatividade” da participante 7	144
Figura 42 – Perfil do Facebook da candidata 7	147
Figura 43 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 7	147
Figura 44 – Descrição de perfil do X (antigo Twitter) da candidata 7	148
Figura 45 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 6	152
Figura 46 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 10	157
Figura 47 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 10	157
Figura 48 - Etiquetas por temas da análise das entrevistas	164

Fluxograma

Fluxograma 1 - Triagem para seleção das participantes da pesquisa	46
---	----

Mapas

Mapa 1 – Zonas Eleitorais e RAs do DF (até outubro de 2022)	42
Mapa 2 – Mapa de votos da candidata Alcione Fernandes (PATRIOTA)	123
Mapa 3 – Mapa de votos da candidata Paula Teles (NOVO).....	126
Mapa 4 - Mapa de votos da candidata Missionária Cristiane (PMN)	129
Mapa 5 - Mapa de votos da candidata Edna Borges (SOLIDARIEDADE)	133
Mapa 6 - Mapa de votos da candidata Eva Fernandes (PTB).....	135
Mapa 7 - Mapa de votos da candidata Gaby Santos (PDT)	139
Mapa 8 - Mapa de votos da candidata Doutora Jane (AGIR)	144
Mapa 9 - Mapa de votos da candidata Marly Medeiros (SOLIDARIEDADE)	149
Mapa 10 - Mapa de votos da candidata Rita Mota (PSC)	153
Mapa 11 - Mapa de votos da candidata Rosinha Viveiros (CIDADANIA)	155
Mapa 12 - Mapa de votos da candidata SGT Valdinete (DC).....	158

Tabelas

Tabela 1 – Zonas eleitorais do DF nas eleições de 2022.....	39
Tabela 2 - Número de eleitores por zonas eleitorais do Distrito Federal em outubro de 2022.....	40
Tabela 3 - Dados sobre as candidatas selecionadas	48
Tabela 4 - Dados sobre as candidatas acrescentadas à seleção	49
Tabela 5 – Redes sociais virtuais utilizadas pelas candidatas participantes	50
Tabela 6 - Candidatas na ordem de apresentação dos resultados	120
Tabela 7 - Resumo de coleta de respostas do survey	166
Tabela 8 - Respostas de <i>surveys</i> por RA (acesso via código QR)	168

Quadros

Quadro 1a – Resultados do cálculo de Índice de Dominância (Di)	30
Quadro 1b - Percurso metodológico	34
Quadro 2 - Áreas de enfoque para geógrafos eleitorais	96
Quadros 3 a 23 – Postagens de Facebook, Instagram e/ou Twitter/x das candidatas participantes (acesso via código QR)	121
Quadro 24 – Resumo do perfil das candidatas	160
Quadro 25 - Resumo do uso de redes sociais pelas candidatas	162
Quadro 26 - Citações mais relevantes das entrevistas por tema (acesso via código QR)	165
Quadro 27 – Participantes com padrão espacial de votação concentrado compartilhado	179

Gráficos

Gráfico 1 - El País sobre seguidores de Lula no Twitter (2017-2018)	104
Gráfico 2 - El País sobre seguidores de Bolsonaro no Twitter (2017-2018)	104
Gráficos 3 a 17 - Descrição integral das respostas de <i>survey</i> (acesso via código QR)	168
Gráfico 18 - Idade como variável independente	172
Gráfico 19 - Sexo como variável independente	173
Gráfico 20 - Raça/cor como variável independente	175
Gráfico 21 - Residência (por grupo de renda da CODEPLAN) como variável independente	176

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CLDF – Câmara Legislativa do Distrito Federal

CODEPLAN - Companhia de Planejamento do Distrito Federal

DF – Distrito Federal

IA – Inteligência Artificial

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEDF – Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal

IPU – Inter-Parliamentary Union (União Interparlamentar)

ONU – Organização das Nações Unidas

PDAD/DF - Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios/DF

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

RA – Região Administrativa

TSE – Tribunal Superior Eleitoral

ZE – Zone Eleitoral

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E MAPAS	13
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	15
INTRODUÇÃO.....	18
Objetivo central e objetivos secundários da pesquisa.....	22
CAPÍTULO 1 – MÉTODOS, MATERIAIS E PARTICIPANTES	23
1.1 Fundamentação teórico-metodológica e percurso metodológico	23
1.2 Área de estudo - sobre o recorte espacial, o Distrito Federal	36
1.3 Amostra de candidatas – sobre a seleção das participantes	45
CAPÍTULO 2 – MULHERES NA POLÍTICA, REPRESENTAÇÃO POLÍTICA E GEOGRAFIA.....	51
2.1 Um fenômeno, muitas escalas: a assimetria de gênero nos espaços políticos e suas razões.....	51
2.2 Assimetria de raça nos espaços políticos	63
2.3 Mulheres na interseccionalidade	69
2.4 Representação política e o cenário de sub-representação	72
2.4.1 Representação formalística	75
2.4.2 Representação simbólica.....	77
2.4.3 Representação descritiva (ou espelho).....	78
2.4.4 Representação substantiva	84
2.4.5 Conceito de <i>différance</i>	86
2.5 Geografia e seus subcampos interpretam a representação política.....	91
CAPÍTULO 3 – REDES SOCIAIS VIRTUAIS E POLÍTICA – UM JOGO DE ESCALAS.....	100
3.1 Redes sociais apropriadas pela política.....	100
3.2 Redes sociais como instrumento de política de escala nas eleições	111
CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	120
4.1 Apresentação dos resultados de pesquisa sobre perfil das candidatas, mapeamento de votos e netnografia (por participante).....	120
Participante 1 – candidata Alcione Fernandes (PATRIOTA)	121
Participante 2 – candidata Paula Teles (NOVO).....	125
Participante 3 – candidata Missionária Cristiane (PMN).....	128

Participante 4 – candidata Edna Borges (SOLIDARIEDADE)	131
Participante 5 – candidata Eva Fernandes (PTB)	134
Participante 6 – candidata Gaby Santos (PDT)	136
Participante 7 – candidata Doutora Jane (AGIR)	142
Participante 8 – candidata Marly Medeiros (SOLIDARIEDADE)	148
Participante 9 – candidata Rita Mota (PSC)	152
Participante 10 – candidata Rosinha Viveiros (CIDADANIA)	154
Participante 11 – candidata SGT Valdinete (DC)	157
4.2 Apresentação de resultados das entrevistas	163
4.3 Apresentação de resultados do survey	165
4.4 Discussão	178
CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÃO	196
REFERÊNCIAS	203
APÊNDICES	214

INTRODUÇÃO

Diretas ou indiretas, por vias democráticas ou não, as eleições no Brasil têm sido historicamente assinaladas por particular característica: a ausência de mulheres. Inicialmente restritas do legítimo direito ao voto, ou seja, suprimidas enquanto eleitoras (fato que começou a mudar no Brasil a partir de 1932, tornando o país um dos pioneiros em assegurar o sufrágio feminino¹, ainda que a igualdade política formal entre os gêneros tenha sido reconhecida apenas no Código Eleitoral de 1965 pela Lei n. 4.737), as mulheres, contudo, seguem apartadas do processo eleitoral na qualidade de parlamentares eleitas.

Conjunto da população que soma 51,1% (IBGE, 2022), as mulheres foram reveladas pelo Censo de 2022, pela primeira vez desde 1872, como maioria da população em todas as regiões do Brasil em todas as faixas etárias². Segundo critério de “razão de sexo” (cálculo que considera o número de homens em relação ao número de mulheres), o Brasil tem se tornado “menos masculino”³ a cada edição do Censo desde 1980.

Todavia, mulheres estão longe de ter presença proporcional nos assentos congressistas, segundo apontam dados recentes. Em 2020, 24% dos parlamentares no mundo eram mulheres, enquanto no Brasil esse percentual caía para 16% (Elas No Poder, 2020). Considerando a intersecção de gênero com autodeclaração de raça/cor, mulheres negras⁴ contabilizam 27,8% da população brasileira e, nas eleições municipais de 2016, não chegou a 5% o número destas eleitas a vereadoras (Mulheres Negras Decidem, 2020).

A taxa feminina da população se apresenta superior à masculina desde o início da série histórica da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua, em 2012. O mesmo ocorre no Distrito Federal, onde o padrão também se aplica: há mais mulheres do que homens. Na capital do país, 52,2% da população (IPEDF, 2021b) é de mulheres, das quais 28,72% se autodeclaram negras (IPEDF, 2021a).

Em relação à composição do quadro legislativo local ao longo de suas oito legislaturas (de 1991 a 2022), a Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) conferiu assento a 192

¹ A Nova Zelândia foi o primeiro país a assegurar o sufrágio feminino, em 1893. No Brasil, Celina Guimarães Viana, natural de Mossoró, foi a primeira mulher a votar, em abril de 1928, fazendo do estado do Rio Grande do Norte pioneiro na garantia do voto feminino, ainda que o direito das mulheres ao sufrágio tenha sido conquistado, através do Decreto 21.076, apenas em 1932

² A única exceção é para a o grupo etário de 0 a 19 anos, em que a proporção de homens é superior à de mulheres (IBGE, 2022)

³ Agência Brasil - “Censo 2022: mulheres são maioria em todas as regiões pela primeira vez”. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2023-10/censo-2022-mulheres-sao-maioria-em-todas-regioes-pela-primeira-vez>>. Acesso em 05/11/2023

⁴ Por “negras” entende-se mulheres que se auto identificaram como “pretas” ou “pardas”, de acordo com classificação do IBGE

deputados(as) distritais eleitos(as), dos quais apenas 21 foram ocupados por legisladoras mulheres⁵. Com o registro de raça/cor disponível apenas a partir dos mandatos de 2015, das doze mulheres parlamentares eleitas desde então, três delas se auto identificaram negras.

Política e sociologicamente, estudos concernentes à representação política feminina têm sido ampliados por diferentes autores, como Alvarez (2004), Araújo (2005), Gonçalves (2004), Machado e Campos (2020), Miguel e Biroli (2014), Paixão (2004), Prá (2014), Rezende (2017), Tabares, Conceição e Marques (2021), entre outros(as). Além disso, há uma convergência de opinião em coletivos, institutos, militantes políticos, movimentos sociais⁶, tais quais o Movimento Negro e os movimentos feministas, sobre a falta de representatividade desse grupo, mulheres (sobretudo as autodeclaradas pretas ou pardas), nos espaços políticos tradicionais.

Entre as alegações para essa ausência estão a falta de recursos para campanhas eleitorais competitivas (PEIXOTO, MARQUES e RIBEIRO, 2022), a necessidade de conciliar vida familiar e política (TABARES, CONCEIÇÃO e MARQUES, 2021), a relegação das mulheres aos espaços privados (ARAÚJO, 2012), a percepção de condições desiguais de concorrência proporcionada pelos partidos (CORDOVA *et al.*, 2023), a violência política de gênero e raça (PINHO, 2020; PAIXÃO, 2004; ROUSSEFF, 2022; BRASIL, 2022b), e as exclusões estruturais (SEN, 2010; ARAÚJO, 2012; SILVA, 2022), entre outras. Cordova *et al.* (2023) concluem sobre mulheres com baixa escolaridade, pouca renda e que são “desafiantes” na política (ou seja, aquelas que não concorreram em eleições ou não tiveram mandatos prévios) que, “hipoteticamente, esse perfil feminino teria um total de votos negativo” (CORDOVA *et al.*, 2023, p. 69).

Portanto, nota-se uma concepção de representação política que vem sendo lida como deficitária, o que resulta em uma extensa produção intelectual, partidária e militante que destaca um deflagrado cenário de suposta sub-representação. Por vezes, essa interpretação é utilizada para justificar a criação de novas regras eleitorais e reverberar “debates e ações contra os déficits da cidadania feminina” (PRÁ, 2014, p. 171).

Essa inserção desigual aos mecanismos institucionais tem, por consequência, instigado, ao longo dos últimos anos, um intenso empenho no desenvolvimento de estratégias para reverter o hiato de gênero e raça na política brasileira. Acima de tudo, essa pauta pressupõe uma

⁵Sobre a CLDF, sua Legislatura Atual e Legislatura Anteriores. Disponível em: <<https://www.cl.df.gov.br/web/guest/legislaturas-antteriores>>. Acesso em 10/11/2022

⁶ “Formação política para mulheres promovida por movimentos sociais, coletivos e institutos: uma estratégia de enfrentamento das desigualdades de gênero na política eleitoral no Brasil”. Disponível em: <<https://boletimluanova.org/formacao-politica-para-mulheres-promovida-por-movimentos-sociais-coletivos-e-institutos/>>. Acesso em 01/03/2023 Não entendi essa nota

profunda reflexão filosófica e analítica sobre o significado da representação política e, conseqüentemente, a respeito de sub e sobre representações.

Como exemplo de uma tentativa de combater a sub-representação feminina, pode-se citar o estabelecimento de cotas de no mínimo 30% para cada sexo nas nominatas de candidaturas (BRASIL, 1997), a garantia mínima de 30% do fundo partidário para programas de promoção à participação feminina na política e a reserva de tempo de propaganda eleitoral (BRASIL, 2022a), além de iniciativas propiciadas pelo desenvolvimento técnico, como o financiamento público através de plataformas on-line e a democratização do acesso às redes sociais virtuais.

Por isso, outro fenômeno incorporado ao estudo é o do uso das redes sociais virtuais na disputa pela opinião pública durante as campanhas eleitorais, mas sobretudo, para aquisição de votos. Termos como “*lives*”, “impulsionamento”, “transmissão ao vivo”, “engajamento”, entre outros, integram exemplares diversos de manuais de *marketing* político como vocabulário e condição *sine qua non* para cumprir o rito de uma candidatura eleitoral no ano de 2022⁷.

Nessa conjuntura, somam-se os dados relativos ao consumo de dispositivos que se conectam à internet, que informam que mais de 81% da população com mais de 10 anos acessam-na diariamente (CGI.BR, 2021). Ademais, estima-se que brasileiros e brasileiras passem, em média, 3 horas e 42 minutos diários em redes sociais virtuais. É de se supor, e testemunhar empiricamente, que a dinâmica das relações contemporâneas foi, em maior ou menor grau, atravessada pelo uso dessas redes.

À vista desse panorama, o objetivo geral desta dissertação de mestrado é analisar o uso de redes sociais virtuais como estratégia de política de escala para mulheres negras candidatas à Deputadas Distritais para a Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) nas eleições de 2022. Em outras palavras, a pesquisa buscou entender como a obtenção de votos pelas candidatas foi afetada pela redinamização espacial que as redes sociais virtuais podem, talvez, oportunizar.

Assim sendo, para a análise relacional pretendida, foram agregadas ao recorte acima as informações sobre a experiência das candidatas com o uso de redes sociais virtuais durante a campanha eleitoral, bem como sobre os perfis dessas redes ao longo da corrida eleitoral de 2022 à CLDF. Aquilo que Harvey (2008) cunhou por “compressão do tempo-espaço” parece encontrar, no cenário supracitado, um exemplo explícito de uma “aceleração generalizada” com

⁷ Alguns exemplos de sites que oferecem serviços de marketing político e ressaltam as estratégias nas redes sociais são: EleitorWEB (<https://eleitorweb.com.br/>), Anúncios Para Políticos (<https://anunciosparapoliticos.com.br/>), Politique (<https://www.politique.com.br/>) entre outros

influência “nas maneiras pós-modernas de pensar, de sentir e de agir” (HARVEY, 2008, p. 258) também no processo eleitoral. Pode-se dizer que esse estudo advogou pela relevância de aprofundamentos científicos sobre os impactos dessa técnica (SANTOS, 2002) no comportamento eleitoral. Ou seja, foi de interesse para essa pesquisa identificar quais as relações existentes e as passíveis de serem estabelecidas entre o processo eleitoral brasileiro e a apropriação das redes sociais virtuais enquanto recurso técnico.

Para isso, o estudo foi organizado em quatro seções. Na primeira, abarcamos o percurso metodológico desenvolvido a fim de alcançar o objetivo geral proposto. Nesse primeiro capítulo, apresentamos a fundamentação teórico-metodológica da pesquisa, as explanações sobre os recortes espacial e de participantes, assim como o percurso metodológico que nos orientou.

O segundo capítulo foi estruturado sob a premissa de que, para corroborar o alegado déficit de representatividade feminina, é importante, previamente, delinear o impasse entre as perspectivas conceituais e as aplicações empíricas do conceito de representação. Nesta seção, desenvolvemos um esforço teórico sobre o complexo e popular conceito de representação, utilizando as ciências sociais em geral e a perspectiva da Geografia Eleitoral para estabelecer vínculos sobre a possibilidade de uma leitura geográfica do fenômeno, e culminar no cenário de leitura pretendido: o de sub-representação política.

Ressalta-se que, embora não tenha sido o foco principal do estudo, considerou-se indispensável, ao longo desta segunda parte, apresentar também as conclusões já elaboradas sobre as estruturas socioeconômico-espaciais que deflagram um horizonte de desigualdade de gênero e raça na política institucional brasileira. O estudo empregou uma abordagem de gênero, que, conforme explanam Prá (2014), Sacchet e Speck (2012), Archenti e Albaine (2018) entre outros(as), é sedimentado graças à perspectiva feminista⁸, que ampliou o horizonte sobre “a identificação da exclusão e da discriminação das mulheres” (PRÁ, 2014, p. 171).

No terceiro capítulo, investigamos a possível relação entre o uso das redes sociais virtuais na política e as implicações espaciais desse imbricamento. Assim, a pesquisa foi desenvolvida através de levantamento bibliográfico sobre o uso das redes sociais para fins políticos, dados sobre os eventos relacionados já ocorridos, bem como sobre o conceito de escala como mediador da interpretação dessa fusão.

⁸ À título de reforço, foi a difusão de uma agenda internacional feminista que “fomentou a defesa dos direitos humanos das mulheres e a sua transposição para cenários regionais e nacionais” (PRÁ, 2014, p. 171).

Por fim, na quarta seção, apresentamos o perfil político e de uso das redes sociais das onze candidatas selecionadas e do eleitorado, a fim de estabelecer hipóteses sobre as escalas de alcance espacial dessas representantes políticas, sua tradução em campanha eleitoral, e finalmente, em votos. Corroborando tal fim, também foi feito o mapeamento da espacialidade dos votos de acordo com o modelo de padrão espacial de voto de Ames (2003), além de levantamento das informações de redes sociais através de método qualitativo, a netnografia (RECUERO, 2009; BERNARDES, 2020).

A apresentação de resultados foi confrontada ao aparato teórico estabelecido nas seções anteriores, fornecendo subsídios para analisar e debater os resultados dessa pesquisa, no que diz respeito a eficácia do uso das redes sociais como mecanismo de engajamento de eleitores para além da escala de alcance físico de uma campanha eleitoral, e eventualmente, sua consequente obtenção de votos. O quinto e último capítulo, apresenta as considerações finais e conclusão. Ressalta-se que os esforços aqui empreendidos também visam legitimar e avigorar a Geografia Política como ciência formuladora de investigações eleitorais, convocando a Geografia Eleitoral e seus subcampos (Geografia da Representação e Geografia do Voto) (AZEVEDO, 2023).

Objetivo central e objetivos secundários da pesquisa

Objetivo central:

Investigar se o uso de redes sociais virtuais foi estratégia de campanha eficaz para a mudança da escala do voto de candidatas autodeclaradas negras e socioeconomicamente desfavorecidas para a Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) nas eleições de 2022.

Objetivos secundários:

- Teorizar sobre o conceito de representação, considerando sua importância, complexidade e popularidade, conforme discutido por Pitkin (1967) e Young (2000), sob as lentes das ciências sociais em geral, e, em particular, da Geografia Eleitoral;
- Realizar levantamento de eventos, empíricos ou já teorizados, em que redes sociais virtuais foram usadas para fins políticos, observando a espacialidade desses eventos e aplicando os conceitos de escala e política de escala como mediador dessa verificação;
- Estabelecer um perfil biográfico e político das candidatas participantes, analisando dados sobre sua trajetória na política, campanhas eleitorais, número de votos e sua distribuição espacial, características socioeconômicas de zonas eleitorais, as informações de postagens de redes sociais e perfil de utilização destas redes pelas candidatas e por uma amostra representativa do eleitorado do DF.

CAPÍTULO 1 – MÉTODOS, MATERIAIS E PARTICIPANTES

1.1 Fundamentação teórico-metodológica e percurso metodológico

Inicialmente, é importante ressaltar que esta pesquisa se concentrou na análise qualitativa dos fenômenos introduzidos anteriormente, com um respaldo quantitativo. Portanto, foi planejada a coleta e produção de dados qualitativos que, ao mesmo tempo, incentivaram a geração de dados quantitativos sobre os fenômenos analisados. Assim, esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e quantitativa combinadas, conhecida como abordagem quali-quantitativa (KNECHTEL, 2014).

À título de justificativa, a escolha das eleições para o cargo de deputado distrital se deu por algumas razões. Inicialmente, pelo fato de que este é o cargo de entrada na política do DF, o que tende a facilitar a participação no pleito por parte de pessoas estreantes na política e marginalizadas, se comparadas às disputas para cargos majoritários do Executivo. Além disso, o fato de o cargo legislativo ser menos visado pela população, que demonstra não ter apego e não lembrar dos candidatos em quem vota⁹, sugere que as redes sociais tendem a facilitar a mudança na escolha por estas candidaturas, uma vez que votos para esses cargos são mais voláteis.

Nesse sentido, o pleito de 2022 foi escolhido como recorte temporal pelo fato de as redes sociais estarem imbricadas no objeto de estudo, o que respalda a necessidade de análises atualizadas (e recorrentes) visto que essa relação entre esses dispositivos e as eleições estão em constante transformação. Justifica-se também pela relevância de esforços que aprimorem as análises político-eleitorais sobre a capital do país, sobretudo, tendo em vista a defasagem de pesquisas de perspectiva geográfico-eleitoral sobre a política local. Enfim, o interesse também se deu tendo em vista as particularidades do ente federativo em questão (único distrito do país), bem como o fato de esse estudo ser realizado no DF, no âmbito da Universidade de Brasília (UnB).

No que diz respeito à organização da dissertação, cada capítulo de discussão pretendeu responder a um dos objetivos específicos declarados. Antes disso, neste Capítulo 1, são explanados os aspectos metodológicos e de recorte de pesquisa. Para começar a discussão, o Capítulo 2 analisa as conceituações teóricas e análises empíricas da representação política,

⁹ “Mais de 60% não se lembram do voto para deputado federal e senador”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/noticia/2022/08/01/datafolha-mais-de-60percent-nao-se-lembram-do-voto-para-deputado-federal-e-senador.ghtml>>. Acesso em 06/08/2023

especialmente pela perspectiva de gênero e feministas, e examinar quais as maneiras que a ciência geográfica se apropriou desse tema.

Para isso, foi empenhada uma revisão bibliográfica (MARCONI e LAKATOS, 2017) para levantamento do que se pode chamar material-fonte, que fundamentou a discussão acerca dos temas da assimetria de gênero e raça nos espaços políticos, do conceito de interseccionalidade, assim como, primordialmente neste capítulo, do conceito de representação política. Sobretudo por meio de artigos científicos, livros, teses e reportagens, a intenção foi acionar o conhecimento científico que já se tem estabelecido, com predileção pelo debate contemporâneo. Para garantir a perspectiva geográfica nesse primeiro bloco de estudo, foram utilizadas referências bibliográficas do campo da geografia que tratam sobre representação política, eleições e voto.

Além disso, foi indispensável perscrutar dados em publicações parlamentares, administrativas e estatísticas (MARCONI e LAKATOS, 2017) para responder à questão de como a sociedade civil, os partidos políticos, as instituições e os movimentos sociais lidam com a falta de equidade de gênero e raça na política nacional. Bem como relatórios e pesquisas baseadas em dados de recenseamento (escritos secundários) (MARCONI e LAKATOS, 2017, p. 175) sobre o diagnóstico empírico da representação política feminina no Brasil.

Foram então acrescentados dados quantitativos de bases como DataSenado (2022), Elas No Poder (2020), IBGE (2022), União Interparlamentar (IPU, 2023), Organizações das Nações Unidas (ONU, 2015), TSE Mulheres e TSE (2022b) entre outras. Através do tensionamento epistemológico do que foi utilizado dessa pesquisa bibliográfica, foram debatidos conceitos (representação política e representação política por gênero e raça) e campos da ciência geográfica (Geografia Eleitoral, Geografia da Representação e Geografia do Voto) de relevância para esse estudo. Tais dados já se encontram amplamente disponibilizados on-line via sítios oficiais dos governos, órgãos, instituições, partidos políticos e demais interessados no tema. A consulta a mapas que deflagrem as espacialidades da representação política e do comportamento do voto configuraram também dados imprescindíveis para robustecer a etapa descritiva do fenômeno.

No Capítulo 3, o intuito foi de estabelecer a relação entre as redes sociais virtuais para fins da política e, de maneira a também introduzir o aspecto geográfico à análise, lançar mão do conceito de escala para aprimorar a análise desse vínculo. Similarmente, para isso foi empenhada uma revisão bibliográfica (MARCONI e LAKATOS, 2017) para discussão acerca do tema (uso de redes sociais virtuais na política) e do conceito (escala). Foram também

acrescidos dados quantitativos do Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.BR, 2021), IBGE (2022), Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios -DF (PDAD, 2021), Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal (IPEDF, 2021^a; IPEDF, 2021b) entre outros, também disponíveis on-line.

O Capítulo 4 constou da apresentação dos resultados e discussão. Na seção de apresentação dos resultados, o aspecto qualitativo foi garantido pelo levantamento de dados estatísticos disponíveis *on-line*, produção de mapas de votos por zona eleitoral tomando por referência a categorização proposta por Ames (2003) e esforço netnográfico (KOZINETS, 2014; BERNARDES, 2020). Como forma de documentação direta (MARCONI e LAKATOS, 2017), foi utilizada técnica específica de produção de dados eleitorais sobre as candidatas. Tais procedimentos serão melhor explicados logo à frente.

Ainda no mesmo capítulo, foram apresentados dados das entrevistas (COLOGNESE e MELO, 1998; MARCONI e LAKATOS, 2017) feitas com parte das participantes, bem como do *survey* (MINEIRO, 2020) aplicado à amostra de população do DF. Inicialmente, planejou-se a aplicação de uma entrevista aberta/não estruturada, em primeira etapa, para depois aplicar outra, semiestruturada (COLOGNESE e MÉLO, 1998; LEITÃO, 2021). Entretanto, o desafio imposto pelas tentativas frustradas de fazer contato com as candidatas e o curto prazo da pesquisa, levaram a concluir que seria mais seguro aplicar apenas a segunda etapa (entrevista semiestruturada). Estas foram aplicadas às candidatas a fim de traçar o perfil sobre sua atuação política, plano de fundo de suas candidaturas, planejamento de campanha eleitoral, uso de redes sociais virtuais durante o período e impressões pessoais sobre ter sido candidata.

Inicialmente, as participantes foram contatadas através de seus perfis de redes sociais (*Instagram* e *Facebook*) com uma mensagem em chat privado com texto resumo sobre a pesquisa, que expressava a intenção de convidá-las para uma conversa informal (entrevista aberta/não-estruturada), solicitando o contato de e-mail ou *WhatsApp*. Não tendo encontrado eficácia nesse método de contactá-las, foram enviadas mensagens para os endereços de e-mail encontrados na internet e feitas ligações para os partidos políticos nos quais elas concorreram para tentar obter seus contatos pessoais.

Com isso, foram obtidos os contatos telefônicos de seis das candidatas selecionadas. Na tentativa de contato com elas, um dos telefones informados não completava ligação tampouco recebia mensagens de *WhatsApp*; no contato com outra delas, a candidata se negou a participar, declarando não querer mais tratar do assunto por ter se traumatizado com a experiência. Além

destas, uma das candidatas não pôde ser contatada por razão de estar presa pelos ataques de 08 de janeiro de 2023.

Após contato via chamada de voz ou *WhatsApp*, um registro foi feito através de e-mail ou conversa de *WhatsApp* para acrescentar informações adicionais sobre a pesquisa e a pesquisadora. Para três delas (as primeiras a serem contatadas), foi reforçado o convite para uma primeira conversa, em caráter informal, como em um “bate-papo” e foi explicitada a disponibilidade de agendamento dessas entrevistas, que, no que se referisse à data, ao horário e ao local, estavam sob decisão da participante de sugerir, a depender da disponibilidade e desejo de cada uma, conforme sugere Leitão (2021). Estas aconteceram de maneira presencial. O contato com uma das participantes foi feito através de sua assessoria, pois ela é atualmente deputada distrital, e essa entrevista foi feita de maneira virtual, via aplicativo de reunião on-line *Google Meet*.

Conforme plano inicial, na primeira etapa de entrevistas (abertas/não estruturadas), que foram aplicadas apenas a duas participantes, as conversas tiveram duração aproximada de 2 horas, foram feitas em horários e locais sugeridos por elas próprias. Tais entrevistas não foram registradas por gravadores ou afins, mas, mediante ciência e autorização das entrevistadas, foram feitas anotações pontuais a mão em caderneta que ficava sobre a mesa à vista delas, similar ao sugerido por Leitão (2021, p. 16) e Marconi e Lakatos (2017, p. 234). Ambas foram extremamente solícitas e mostraram abertura para uma segunda etapa futura, cuja entrevista teria um roteiro fixo e teria o áudio gravado.

Na segunda etapa da produção de dados através de entrevistas, foram agendadas as entrevistas semiestruturadas. Para tal, um roteiro de entrevista semiestruturada, subdividido em três partes, foi elaborado pela própria autora ([Apêndice 2](#)), utilizando como referência, as sugestões de Leitão (2021). A primeira parte foi de “Metadados e orientações”, com fins de coleta de informações pessoais e detalhamento da entrevista, assim como explanações do termo de consentimento livre e esclarecido feito por escrito, a ser autorizado via gravação de voz durante a entrevista ([Apêndice 3](#)), que igualmente foi assinado pela pesquisadora e entregue às entrevistadas.

Na segunda parte do roteiro, foram aplicadas as “Questões para entrevista”, com encaminhamento da entrevista através das perguntas pré-delimitadas pela pesquisadora, que vinham acompanhadas por breve explicação dos objetivos de cada questão. Esta parte foi composta por quinze questões. Por fim, na parte final do roteiro, a “Finalização da entrevista”, para coletar dados sobre as características socioeconômicas das entrevistadas (com objetivo de

confrontar os resultados ao aporte teórico debatido ao longo da pesquisa), fazer considerações finais e agradecimentos.

Conforme sugere Leitão (2021), foram tomados cuidados sobre qualquer autodeclaração de posicionamento político ideológico nas vestimentas e aparatos (bolsa, celular, caderneta, meio de transporte) da entrevistadora a fim de evitar qualquer pré-julgamento que de alguma maneira influenciasse sobre o resultado da entrevista. Outro cuidado prévio a etapa de contatar as participantes foi a restrição das redes sociais da própria entrevistadora, da mesma maneira, com fins de resguardar algum tipo de enviesamento no momento da entrevista.

Em momento logo após o término de cada uma das entrevistas, foram registradas em arquivos de word “relatórios” de maneira bem flexível, como em um diário de bordo. O objetivo desses registros foi de garantir que, com a memória ainda recente em momento imediato após cada conversa, detalhes tidos como relevantes para a pesquisadora ficassem resguardados por escrito para que futuramente fossem acrescidos a esta seção da pesquisa.

De acordo com Leitão (2021), a entrevista engloba a dimensão temporal, visto que ocorre em contato síncrono e interativo entre entrevistadora e entrevistada; a dimensão espacial, uma vez que as entrevistas podem ser feitas de maneira presencial e que entrevistadora e entrevistada dividem o mesmo ambiente; assim como a dimensão estrutural, visto que seguem um roteiro pré-definido, mesmo para a entrevista não-estruturada que deve ater-se aos tópicos relacionados à pesquisa.

As respostas foram analisadas em duas etapas: primeiro, foi feita a transcrição dos áudios de entrevista pela pesquisadora (Apêndices 4 a 7) que, com auxílio inicial do dispositivo *Transcriber Bot* do aplicativo *Telegram*, posteriormente fez as necessárias correções e implementações, além de sistematizar trechos da entrevista usando marcação em cores diversas a depender do tema; em seguida, com auxílio *software* de Inteligência Artificial (IA) especializado em metodologia qualitativa (Requalify.ai), foram corroboradas as segmentações dos trechos de entrevista por tema (*tags*), permitindo lidar com as informações de modo mais sistemático.

Ainda no Capítulo 4, pela justificativa de que “passamos a vivenciar, também, a temporalidade das relações virtuais” (BERNARDES, 2020, p. 24) e, portanto, a produção do espaço tensionada por essas, buscou-se analisar a atividade das então candidatas nas redes sociais virtuais. Para tal, Bernardes sugere a netnografia, que é a “análise de conteúdo e de discurso nos sites, precedidas por uma observação sistemática” (2020, p. 25), e é considerado um instrumental relevante para se pesquisar redes sociais virtuais em Geografia.

Aplicou-se, portanto, o método de netnografia (RECUERO, 2009; KOZINETS, 2014; BERNARDES, 2020). Para isso, o procedimento foi acessar as redes sociais de cada uma das candidatas, procurar por postagens que datavam do período das eleições de 2022, ou próximo anterior a ele (período de pré-campanha eleitoral), e registrá-las em imagens de *print* de tela que foram compiladas nos Quadros 3 a 23. A aplicação foi feita a partir de escolha preliminar das redes sociais a serem averiguadas.

Conforme dito anteriormente, foram considerados dados do DataSenado (2021), em que Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp e Twitter figuram entre as cinco principais fontes de informação sobre política no país. Dentre estas, os dados de WhatsApp não são possíveis de serem rastreados, e as candidatas não fizeram uso do YouTube em suas campanhas, portanto, optou-se pela análise netnográfica dos perfis de Facebook, Instagram e Twitter/X¹⁰. Apesar de ter se tornado muito popular no país nos últimos anos, o TikTok não foi considerado para fins de análise pois não constava entre as principais fontes de informação eleitoral segundo fonte elencada, o DataSenado (2021).

De maneira mais detalhada, a produção desses dados foi feita da seguinte maneira: a partir de seus nomes completos ou nomes de urna (AMARAL e MACHADO, 2015), as participantes foram procuradas no Facebook, Instagram e Twitter/X; uma vez encontradas, retornou-se às postagens de período prévio próximo à campanha eleitoral de 2022, com intuito de perscrutar por conteúdo que sugerissem o tema das eleições, militância política, ação partidária e afins; procurou-se por informações complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância.

A partir daí, as postagens compreendidas como relevantes foram inseridas em quadros (através de *prints*) e sistematizadas de acordo com a quantidade de interações que obtiveram (que nestas redes sociais, traduzem-se pelos termos “curtidas”, “likes”, “comentários”, “compartilhamentos”). Ressalva-se como obstáculo metodológico da pesquisa o fato de que, no momento de fazer a coleta desses dados (postagens) nas redes sociais das participantes, não é possível saber se parte destes já haviam sido apagados, inclusive o próprio perfil, apontando um obstáculo metodológico.

Para ser possível mensurar de alguma maneira tais registros, para além da quantidade de postagens em si, observou-se a quantidade de interações com cada uma delas, traduzidas em opções como “like”, “curtir”, “comentar”, “compartilhar” etc. Tais números de interações

¹⁰ Em julho de 2023, a plataforma de rede social Twitter foi renomeada e se tornou X, por isso as referências a tal plataforma no texto se utilizam das nomenclaturas antiga e nova.

foram utilizados como parâmetro para, ao final, ser possível sugerir uma sistematização em quadro (Quadro 25) que descrevesse a intensidade do uso de redes sociais por cada uma das participantes durante período eleitoral.

Neste quadro de resumo do uso de redes sociais pelas candidatas, foram estabelecidas em colunas as redes sociais analisadas (Facebook, Instagram e Twitter/X) e quatro classificações de uso: usou muito, usou, usou pouco, não usou. Como não foram encontrados na literatura exemplos que servissem para estabelecer uma categorização quanto ao uso de redes sociais, foi tomada por parâmetro de intensidade de uso o volume de conteúdo da candidata que mais postou, considerando que ela “usou muito”, assim como para pouca intensidade de uso, aquela que menos usou as redes sociais durante o período de campanha eleitoral.

Uma busca adicional por dados sobre as participantes (disponíveis *on-line*) foi feita com intenção de procurar mais elementos que aprofundassem o aspecto qualitativo do levantamento feito, ajudando a traçar os perfis das participantes. Sobre cada uma delas, foram feitas pesquisas na plataforma Google, a partir dos termos “nome de urna da candidata + DF” e “nome completo da candidata”. As informações encontradas na plataforma a partir dos filtros “todos os filtros”, “imagens” e “notícias” foram averiguadas, e aquelas que foram entendidas como de relevância para a análise proposta foram acrescentadas à apresentação dos resultados.

Ademais, entendeu-se relevante contrastar o mapeamento de votos com a região de domicílio eleitoral, já que a literatura aponta que esse fator ainda tem grande importância na obtenção de votos (ZOLNERKEVIC, 2025) das candidatas participantes na tentativa de aprofundar hipóteses sobre a dinâmica de suas escalas eleitorais. Os mapas (Mapas 2 a 12) informam o número, o local (distribuído por zonas eleitorais) e a porcentagem de concentração de votos recebidos nas eleições gerais de 2022 por cada uma das 11 candidatas participantes da pesquisa. Foram utilizados mapas coropléticos com gradação de cor em tonalidades variando de bege claro a marrom. A cor marrom delimita as zonas eleitorais de maior concentração, as cores de tons intermediários (laranja escuro, laranja claro e bege escuro) indicam outras porcentagens de concentração de voto e a cor bege claro sinaliza as zonas eleitorais de menor concentração.

Os mapas foram produzidos por Allan da Silva Ramalho, em QGIS, no sistema de coordenadas geográficas com o Datum WGS 84, com dados do TSE referentes às eleições distritais de 2022. Além disso, com auxílio de Felipe Soares Vieira¹¹, aos mapas foi

¹¹ Ambos os alunos fazem parte do grupo de pesquisa no qual essa dissertação se insere – Grupo de Estudos e Pesquisas em Espaço e Democracia (GEPEDEM) e são bolsistas PIBIC.

acrescentada a taxonomia dos padrões espaciais de seus votos, tal proposto por Ames (2003), sendo elas: (votação) concentrada-dominante; concentrada-compartilhada; dispersa-dominante ou dispersa-compartilhada.

A diferenciação entre elas se dá pelos aspectos socioespaciais diversos detectados por Ames (2003), indicando que “o comportamento dos parlamentares possui uma relação direta com o padrão geográfico de votação e com as características da trajetória de cada deputado” (AZEVEDO, 2023, p. 08). Além disso, as implementações à sistematização de Ames (2003) propostas por Carvalho (2003) e Machado (2022) também foram consideradas.

O aspecto de dominância e compartilhamento é a primeira dimensão da sistematização proposta por Ames (2003) e “representa a força dos deputados eleitos nos municípios [zonas eleitorais] onde obtiveram votos”, noutras palavras “essa variável depende da comparação não só da votação de um determinado deputado nos diversos municípios [zonas eleitorais], mas também o percentual de votos em relação a seus concorrentes” (MACHADO, 2022, p. 214). Sobre tal aspecto, é necessário aplicar o cálculo do Índice de Dominância (D_i) (*op. cit.*, 2022), para então concluir sobre se o candidato domina os votos neste distrito/zona ou se tem ali seus votos compartilhados com outros candidatos. Assim, o cálculo realizado:

$$D_i = \sum_{j=1}^n \left(\frac{v_{ij}}{p_j} \times \frac{v_{ij}}{V_i} \right)$$

Onde v_{ij} é o total de votos do candidato i na zona eleitoral j ; p_j é o total de votos válidos para deputados distritais na zona eleitoral j ; V_i é o total de votos obtidos pelo deputado j em todo o DF, e n é o total de zonas eleitorais onde o deputado foi votado. Ao fazê-lo, detectou-se que o D_i referente às eleições de 2022 no DF foi de 0,07, ou seja, que candidatos cujo D_i tenha sido este (0,07) ou mais, possuem padrão de votos do tipo dominante. No caso desta pesquisa, nenhuma das participantes obteve dominância em nenhuma zona eleitoral pois, conforme Quadro 1a, obtiveram D_i menor que 0,07 e, portanto, possuem todas as votações do tipo compartilhadas.

Quadro 1a – Resultados do cálculo de Índice de Dominância (D_i)

CANDIDATA	ÍNDICE DE DOMINÂNCIA (D_i)
Alcione Fernandes (PATRIOTA)	0,002
Doutora Jane (AGIR)	0,05
Edna Borges (SOLIDARIEDADE)	0,0006
Eva Fernandes (PTB)	0,002
Gaby Santos (PDT)	0,0001

Marly Medeiros (SOLIDARIEDADE)	0,00004
Missionária Cristiane (PMN)	0,002
Paula Teles (NOVO)	0,00003
Rita Mota (PSC)	0,0002
Rosinha Viveiros (CIDADANIA)	0,0003
SGT Valdinete (DC)	0,0006

Fonte: autoria própria

Já o aspecto de concentração e dispersão diz respeito ao “número de municípios [ZEs] efetivos nos quais os deputados eleitos obtiveram votos”, noutras palavras, “quantos municípios [ZEs] foram decisivos para sua eleição” (MACHADO, 2022, p. 213). Para calcular essa variável, sugere-se aplicar um índice de fragmentação, que, de acordo com Machado (2022), finda por, resumidamente, determinar em 35% a porcentagem mínima de votação numa ZE específica para ser possível concluir se houve votação do tipo concentrada (35% ou mais) ou dispersa (menos de 35%). Segundo a literatura especializada, testou-se diferentes métodos de cálculos e o índice de concentração de Herfindhal-Hirschman (HH_i) foi considerado aquele com melhores resultados (CORRÊA, 2016). Desse modo, o indicador de concentração espacial do voto é calculado a partir da seguinte fórmula:

$$HH_i = \sum_{j=1}^n p_{ij}^2$$

Onde p_{ij} é a proporção de votação de um deputado i na zona eleitoral j ; e n é o número de zonas onde o deputado i foi votado.

Todavia, na discussão desenvolvida, ainda que com menos de 35% em uma única específica zona eleitoral, no caso dos mapas em que zonas muito próximas acumulavam tal porcentagem dos votos quando somadas, isso também foi analisado como padrão de votação do tipo concentrado, uma vez que, diferente da força política que pode existir no recorte municipal, que justifica a distinção clara entre um município e outro, o mesmo não existe entre as zonas eleitorais do DF. Isso significa sugerir que, ao replicar o método no DF, o candidato ter pouco menos de 35% numa Z.E. e porcentagem inferior, mas também significativa, em Z.E. fronteira (uma ao lado da outra), não pode ser descartado como um padrão de votação do tipo concentrado, sobretudo porque, diferente da divisão entre municípios no resto do país, a divisão das zonas eleitorais não é nem conhecida pelos eleitores, não havendo nenhum, além de às vezes englobar mais de um “bairro” (Região Administrativa, como será melhor explanado à frente).

Vale ressaltar que Ames (2003), ao sugerir a tipificação, analisa as escalas de município e estado, mas que, para esse estudo, uma adaptação foi feita no sentido de aplicar a taxonomia às particularidades do DF (a ver na próxima seção). A escala municipal foi então equiparada às das zonas eleitorais do DF, enquanto a escala do estado foi relacionada ao DF como um todo. Isso serviu para estabelecer reflexões acerca da alternância da escala de alcance de suas campanhas eleitorais e, eventualmente, de seus votos, para posteriormente procurar estabelecer relações com o uso de redes sociais por elas.

Todas essas etapas foram necessárias para desenvolvimento de perfis das candidatas, bem como de suas campanhas eleitorais, que, quando foram posteriormente agregadas aos mapas eleitorais e região de residência das candidatas puderam ratificaram a discussão sobre a escala de alcance de suas campanhas e a espacialidade de suas representações políticas.

Por fim, como um modo de analisar o impacto das redes sociais na decisão do voto da população local, foi aplicado um *survey* para eleitores do DF, com uso de *software* especializado de questionário *on-line* (*SurveyMonkey*¹²). A definição dos colaboradores para essa etapa foi garantida, numérica e qualitativamente, dentro de amostra estatisticamente relevante, com escopo de revelar perfil sobre o comportamento do voto e uso de redes sociais virtuais por esses. O *survey* teve como objetivo realizar aquilo que Azevedo *et al* (2013) denomina de triangulação metodológica, ou seja, o uso de múltiplos métodos e técnicas com fins de reduzir as chances de falácia ecológica (GUERRA, 1977).

A aplicação de *survey* (MINEIRO, 2020) no DF, tendo sido considerados os devidos cálculos de amostragem (feitos no site de *survey*, *SurveyMonkey*), visou garantir o aspecto quantitativo dos resultados. O cálculo de tamanho de amostra foi feito informando a população de cada região administrativa do DF e considerou que, para grau de confiança de 90% e margem de erro de 10%, eram necessários de 66 a 69 *surveys* por RA do DF (conforme apresentado na Tabela 30 no Capítulo 4).

O *survey* foi construído a partir de 16 questões, dentre as quais nove eram sobre perfil socioeconômico (cinco delas do tipo menu suspenso e quatro do tipo múltipla escolha) e sete eram de escala *Likert* de cinco pontos, pois a literatura demonstra ser a mais adequada e precisa (DALMORO e VIEIRA, 2013). Os cinco pontos da escala *Likert* eram: Concordo totalmente, Concordo, Não concordo nem discordo, Discordo e Discordo totalmente. Na seção de

¹² O software *SurveyMonkey* é uma ferramenta de construção de questionários online amplamente utilizada em pesquisas acadêmicas. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>>. Acesso em 02/02/2024

apresentação dos resultados, primeiro foram descritos os resultados gerais produzidos e, depois, eles foram combinados para analisar possíveis relações entre os dados.

Ressalva-se que, durante a testagem e a aplicação presencial dos *surveys*, a opção do meio (Não concordo nem discordo) se revelou como principal alternativa quando os respondentes não entendiam a pergunta, não queriam e/ou não sabiam como responder. Por essa razão, a fim de implementar uma análise mais acurada, no momento de combinar os resultados para investigar possíveis conexões, excluiu-se esta opção mediana. Pela mesma razão também foram somadas as duas opções positivas (Concorda totalmente e Concorda), assim como as duas opções negativas (Discorda totalmente e Discorda), pois não haveria critérios técnicos suficientes que mensurassem a diferença de uma para a outra alternativa, e que justificassem serem analisadas separadamente. Desta maneira, no trecho referido, onde se lê “concorda”, se diz respeito a soma das respostas positivas, e onde lê-se “discorda”, diz-se respeito a soma das respostas negativas.

Para buscar alguma relação estatística entre dados socioeconômicos e o uso de redes sociais foi realizada uma regressão logística binária, já que permite estimar a probabilidade de um determinado desfecho categórico (concorda/discorda da importância da rede social na decisão do voto) em função de um ou mais preditores (FILHO, ROCHA, *et al.*, 2015a; FÁVERO, 2015). A análise foi feita usando estimativa de máxima verossimilhança, para relacionar o uso das redes sociais com as variáveis independentes de idade, escolaridade, renda familiar, religião, sexo, raça/cor, posicionamento político e local de moradia. Contudo, ao considerar todas as variáveis propostas, apenas uma (idade) produziu resultado estatisticamente significativo. Por essa razão, apenas esta consta na apresentação dos resultados e na discussão, mas a análise completa pode ser verificada no [Apêndice 11](#).

A relevância desse instrumento de coleta de dados, o *survey*, é permitir uma pesquisa aparentemente qualitativa ser analisada com métodos quantitativos. De todo modo, foram 16 questões que buscaram a percepção dos moradores (com idade para votar) do DF em relação aos fatores que influenciam na decisão do voto. O *survey* foi previamente testado de modo virtual, para então ser aplicado tanto de modo virtual quanto físico (impresso). Virtualmente, o link on-line foi compartilhado pelo WhatsApp ou via código QR¹³ (por ocasião da aplicação dos *surveys* nas ruas).

¹³ Código QR, ou QR *code* em inglês, é um código de barras bidimensional, que pode ser facilmente escaneado usando a maioria dos telefones celulares equipados com câmera

A versão física/impressa ([Apêndice 8](#)) foi entregue para preenchimento na maior parte das aplicações presenciais, tendo em vista ter sido a alternativa encontrada para superar o desafio da falta de acesso à internet por significativa parte da população nas ruas. Nesta etapa de aplicação presencial, que foi necessária nas RAs do Varjão, Gama e Guará, contou-se com auxílio de João Gabriel Oliveira Tessmann, Brenno Vinicius Brito Rodrigues e Vinícius Yann Gomes Rocha. Dados das demais RAs foram possíveis de serem obtidos através de divulgação *online* do link do *survey* apenas.

Tendo em vista o DF possuir 35 RAs, e a dificuldade detectada em aplicar aproximadamente 2.500 *surveys* caso fosse considerada a amostra calculada para todas as RAs, optou-se por escolher de uma a três RAs de cada grupo socioeconômico [conforme sistematização da PDAD (2021) realizada pela Codeplan (Companhia de Planejamento do Distrito Federal)]. Isto porque pesquisas apontam as diferenças no uso da internet e redes sociais em relação às condições socioeconômicas da população¹⁴, também constatando diferenças na qualidade da internet entre regiões ricas e pobres¹⁵ ou, inclusive, desigualdade no acesso à internet pelo limite dos pacotes de dados móveis impostos pelas operadoras de telefonia¹⁶.

Dessa maneira, foram aplicados *surveys* nas regiões do Plano Piloto e Águas Claras (Grupo 1 – de alta-renda); Guará, parte de Taguatinga e da Candangolândia (Grupo 2 – de média-alta renda); Gama e Ceilândia (Grupo 3 – de média-baixa renda); e Brazlândia e Varjão (Grupo 4 – de baixa-renda), garantindo a amostragem pretendida, entre 66 e 69 respostas por região/grupo de renda. Acredita-se que esse empenho no percurso acima descrito tenha servido para aprofundar a análise dirimindo riscos de inferências conclusivas. O percurso está sintetizado no quadro abaixo (Quadro 1b):

Quadro 1b – Percurso metodológico

QUESTÃO SECUNDÁRIA	MÉTODO	OPERACIONALIZAÇÃO	BIBLIOGRAFIA
Quais conceituações teóricas e	✓ Revisão bibliográfica e pesquisa	✓ Fichamento de artigos e textos de livros;	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agnew (1996) ✓ Akotirene (2019) ✓ Araújo (2005, 2012) ✓ Azevedo (2023)

¹⁴ “Menos de um terço da população brasileira tem acesso pleno a internet, mostra pesquisa”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/03/18/menos-de-um-terco-da-populacao-brasileira-tem-acesso-pleno-a-internet-mostra-pesquisa.ghtml>>. Acesso em 10/08/2023

¹⁵ “Diferença na qualidade da internet cresce entre bairros ricos e pobres no Brasil”. Disponível em: <<https://teletime.com.br/18/06/2024/diferenca-na-qualidade-da-internet-cresce-entre-bairros-ricos-e-pobres-no-brasil/>>. Acesso em 10/08/2023

¹⁶ “Campanha denuncia desigualdade no acesso à internet com as franquias de dados”. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/campanha-denuncia-desigualdade-no-acesso-a-internet-com-as-franquias-de-dados/>>. Acesso em 10/08/2023

<p>análises empíricas da representação política, em especial pela perspectiva dos estudos de gênero e feminista, e como a geografia pode ajudar nessa análise? (Capítulo 2)</p>	<p>documental (MARCONI e LAKATOS, 2017)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coleta de dados e bibliografia sobre eleições disponível on-line via sites do TSE, CLDF, IBGE e demais bases de dados legislativos, eleitorais e socioeconômicos; ✓ Coleta de dados e bibliografia de reportagens em revistas e jornais disponíveis on-line 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bobbio (2000) ✓ Collins (2019) ✓ Cox (1969a, 1969b) ✓ Elas No Poder (2020) ✓ IBGE (2022) ✓ IPU (2023) ✓ Key (1955) ✓ Machado e Campos (2020) ✓ PDAD (2021) ✓ Pitkin (1967) ✓ PNAD (2021) ✓ Prá (2014) ✓ Rezende (2017) ✓ Shin (2015) ✓ Terron (2012) ✓ TSE (2022) ✓ Young (2000) ✓ entre outros(as)
<p>Como as redes sociais virtuais vêm sendo utilizadas na política e como o conceito de escala serve para mediar esse vínculo? (Capítulo 3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisão bibliográfica e pesquisa documental (MARCONI e LAKATOS, 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fichamento de artigos e textos de livros; ✓ Coleta de dados e bibliografia sobre uso de redes sociais para política; ✓ Reportagens de revistas e jornais disponíveis on-line 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bernardes (2020) ✓ Castells (2013) ✓ Castro (1995, 2005) ✓ CGI.BR (2021) ✓ Cox (1998) ✓ Granovetter (1973) ✓ Miguel e Biroli (2009) ✓ Recuero (2009) ✓ Sobreiro Filho (2015) ✓ Swyngedouw(1997) ✓ entre outros(as)
<p>De que modo as candidatas participantes apreenderam as redes sociais virtuais para suas campanhas eleitorais de 2022 e quais foram as consequências disso? (Capítulo 4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pesquisa documental (MARCONI e LAKATOS, 2017); ✓ Entrevista não-estruturada e semiestruturada (MARCONI e LAKATOS, 2017; LEITÃO, 2021; COLOGNESE e MÉLO, 1998) e análise de resultados corroborada por <i>software</i> de IA de análise qualitativa; 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Produção de dados através de levantamento de informações on-line para traçar perfil socioeconômico e político das participantes; ✓ Produção de dados através de entrevista semiestruturada para traçar perfil biográfico e eleitoral das participantes; ✓ Produção de dado através de <i>survey</i> com eleitores para traçar perfil de uso de redes sociais nas eleições e levantar hipóteses sobre comportamento eleitoral do DF; ✓ Coleta de dados eleitorais das participantes on-line 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ TSE (2022) ✓ Facebook (2024) ✓ Instagram (2024) ✓ X/Twitter (2024)

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicação de <i>survey</i> e análise de resultado (via softwares especializados, ex.: <i>Survey Monkey</i> e Regressão Logística binária); ✓ Mapeamento de voto (AMES, 2003; CARVALHO, 2003; MACHADO, 2022); ✓ Netnografia (KOZINETS, 2014; RECUERO, 2009) 	<p>(TRE-DF, TSE, Poder 360 entre outros);</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapeamento de voto em ArcGIS e aplicação de padrão espacial sugerido por Ames (2003); ✓ Produção de dados sobre conteúdo e perfil das redes sociais das candidatas participantes através de procedimento qualitativo específico (netnografia); ✓ Análise dos resultados produzidos, corroborada pelo uso de <i>softwares</i> on-line (<i>Requalify.AI</i> e <i>Survey Monkey</i>) 	
--	--	---	--

Fonte: de autoria própria

1.2 Área de estudo - sobre o recorte espacial, o Distrito Federal

A escolha pelas eleições locais do Distrito Federal como recorte desse estudo foi feita por observada escassez de pesquisas acadêmicas neste tema no campo da Geografia. Corroboram também o fato de a presente pesquisa ser fruto de programa de mestrado no âmbito da Universidade de Brasília, assim como, semelhante escassez ser encontrada entre as pesquisas realizadas no âmbito do departamento de Geografia da UnB.

A população do DF é estimada em 3.010.881 pessoas, das quais 989.578 são de classe média baixa, 852.217 são de classe baixa, 624.654 são de classe média alta e 544.432 são de classe alta (PDAD, 2021). Para além, entre as pessoas de classe baixa é que se concentra maior percentual de população economicamente ativa (60,7% no grupo de classe baixa, enquanto próximo de 58% nos demais grupos).

Sobre a renda domiciliar média, os domicílios de baixa renda obtiveram média de R\$2.644,96, enquanto os de alta renda obtiveram média de R\$14.753,85. No que diz respeito à renda domiciliar per capita mensal, o DF tem a maior entre todos os entes brasileiros. Todavia, com Índice de Gini calculado em 0,566, o DF é a 4ª unidade federativa mais desigual do Brasil. À título de exemplo, na região administrativa (RA) da Estrutural a renda domiciliar per capita

mensal é de R\$695,00, enquanto nas regiões de renda alta a média se equipara a de nações europeias desenvolvidas¹⁷.

Sobre as características da população residente, a maior parte é composta por pretos e pardos (11,1% e 46,2%, respectivamente) e quanto mais baixa a renda domiciliar, maior é esse grupo, ou seja, entre a população de baixa renda, 68,1% são pretos ou pardos, e entre os de alta renda, 38,8%. Além disso, a idade média dos habitantes do DF variou de 30,6 anos (em domicílios de baixa renda) a 37,6 anos (em domicílios de alta renda). A distribuição da população por sexo indica que 52,2% são mulheres e 47,8% são homens (PDAD, 2021).

Sobre as instituições de ensino básico, as instituições públicas são frequentadas por 88,1% da população de baixa renda com idade entre 4 e 24 anos, e 27,5% entre os de alta renda com a mesma idade. Sobre o grau de escolaridade, enquanto 76,9% das pessoas de alta renda concluíram o ensino superior, apenas 14,4% classe baixa fizeram-no. Um dado fundamental para a pesquisa é sobre o acesso à internet: a internet é acessível à 99% de toda a população, sendo praticamente universalizada.

O DF desponta no ranking de IDH do país, com 0,824, a única unidade federativa com índice superior a 0,8, segundo dados do PNUD (Programa das Nações Unidas). Apesar disso, dados mais recentes mostraram que a população da região administrativa Sol Nascente ultrapassou a da Rocinha (RJ), com 32.081 domicílios, tornando-se a maior favela do país (IBGE, 2022).

Ademais, é relevante reforçar sobre a condição particular do Distrito Federal (DF) que, além de Capital Federal, é o único distrito, ainda que integre o total das 27 unidades federativas do Brasil. À título de elucidação, cabe mencionar que, analogamente às Câmaras Municipais (sede do poder legislativo municipal) ou Assembleias Legislativas (sede do poder legislativo estadual), “à CLDF [Câmara Legislativa do Distrito Federal] compete representar a população, legislar e fiscalizar o Poder Executivo do Distrito Federal”¹⁸.

Todavia, o DF é o único ente federativo do país que não se configura estado, o que se nota na existência da casa legislativa (CLDF) do distrito como um todo, sem subdivisão territorial com faculdade de autonomia política. Tampouco se configura município, e a prova se dá pela figura do governador(a) enquanto chefe executivo local [e não prefeito(a)], pela ausência da função de vereadores, mas sobretudo, pela garantia de suas cadeiras representativas na Câmara dos Deputados e no Senado Federal.

¹⁷ Disponível em <<https://www.poder360.com.br/brasil/aos-63-anos-brasil-e-marcada-por-abismo-entre-ricos-e-pobres/>>. Acesso em 29/03/2024

¹⁸ Disponível em <<https://www.cl.df.gov.br/web/guest/sobre-a-cldf>>. Acesso em: 29/12/2022

Não somente, mas o DF é também concebido de maneira a, por lei, ter vetada sua partição em municípios, bem como ter por lei político-jurídica maior, em âmbito local, a Lei Orgânica do DF (promulgada em 08 de junho de 1993). Aos Deputados Distritais e à CLDF as atribuições legislativas Estaduais e Municipais são aglutinadas.

Ainda sobre os aspectos político, administrativo e territorial brasileiro/do DF, há dois conceitos que podem ser evocados para amparar o entendimento: descentralização e desconcentração. O processo de descentralização, de acordo com Azevedo (2012), implica numa redinamização do poder político, ou seja, redistribuindo recursos, espaços e direito de decisão e competências. Já o processo de desconcentração, no entanto, se dá a partir de um esforço prol “descongestionamento da administração pública central, multiplicando no interior da administração do Estado os órgãos periféricos, sem incidir de maneira substancial sobre o poder de decisão e sem se sobrepujar à ordem hierárquica” (MONACO, 1909, p. 334). Na descentralização é conferida autonomia política às partes, conquanto que na desconcentração, a separação se faz no intento de facilitar a administração, e não deliberações políticas da região.

Em resumo, o Distrito Federal é, portanto, desde 1991, ente federativo autônomo, derivado de processo de descentralização em escala nacional, mas cujas divisões territoriais do distrito, chamadas Regiões Administrativas (RAs), como o próprio nome exprime, se estabelecem por processo de desconcentração em escala local. Ou seja, o governo do DF mantém a administração das 35 RAs (as duas últimas, oficializadas ao final de 2022) que o compõe de maneira desconcentrada, a partir da nomeação de 35 administradores regionais feitas pelo próprio governador. Tais regiões e sujeitos, no entanto, não contam com nenhuma autonomia política e é o(a) governador(a) do DF o chefe do Poder Executivo da totalidade territorial que o compõe, ainda que conte com administradores (por ele mesmo indicados e não eleitos) que desempenham função de desconcentrar o poder da administração pública, facilitando-a através do território.

Já para fins de cálculo eleitoral no DF (assim como no resto do Brasil), que será apresentado na pesquisa, uma outra maneira de regionalização é tomada por base o recorte geográfico em Zonas Eleitorais, determinado pelo TSE. Tais zonas não necessariamente correspondem à divisão político-administrativa local do DF e suas RAs (ou dos municípios/cidades no resto do país), de forma que uma mesma zona eleitoral pode inclusive

abranjer mais de uma Região Administrativa, ou uma mesma RA ter demanda por mais de uma zona eleitoral¹⁹.

O critério de sua fixação se dá em razão do número de eleitores (fixado pelo TSE), que quando ultrapassado, demanda a criação de nova zona eleitoral. No DF, por reorganização das zonas eleitorais estabelecida pelo TSE, a lista não está contínua, portanto, apesar de numeradas até o nº 21, contabilizam-se 19 zonas no total, conforme consta na Tabela 1 abaixo:

Tabela 1 – Zonas eleitorais do DF nas eleições de 2022

Nº DA ZONA	ENDEREÇO	CEP	BAIRRO
001	SCRS 512 BLOCO B LOJA 70	70361535	Brasília – Asa Sul
002	QUADRA 04 CONJUNTO B LOTE 06	71570202	Paranoá
003	SETOR QNJ AE 16	72140616	Taguatinga Norte
004	CL 207, LOTES A3 E A4	72507220	Santa Maria
005	QUADRA 07 AREA RESERVADA 01	73035070	Sobradinho
006	SETOR COMERCIAL CENTRAL Q.01 LOTE F	73310301	Planaltina
008	QNM 12 - VIA NM 12 A - LOTES 02/04	72210120	Ceilândia Centro
009	QI 07 LOTE C	71020006	Guara I
010	SETOR DE INDUSTRIA BERNARDO SAYAO QUADRA 2 AE 1 CONJUNTO A	71736206	Núcleo Bandeirante
011	SHCES QUADRA 1409, LOTE 01	70658490	Cruzeiro Novo
013	QR 302 CONJUNTO 13 LOTE 11 CENTRO URBANO	72300655	Samambaia
014	SEPN 510 BLOCO B LOTE 7	70750522	Asa Norte
015	QD. 207 LOTE 02 - PRAÇA UIRAPURU	71926000	Águas Claras - Taguatinga Sul
016	EQNO 12/14 LOTE C - SETOR O	72255550	Ceilândia Norte
017	ÁREA ESPECIAL 11 - SETOR CENTRAL (LADO LESTE)	72405135	Setor Central (Gama)

¹⁹ “Zona eleitoral” no Glossário Legislativo do Senado Federal. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/zona-eleitoral>>. Acesso em 03/03/2024

018	SHIS QI 13, LOTE I	71635181	Lago Sul
019	ÁREA ESPECIAL 07 SETOR G NORTE	72130003	Taguatinga Norte
020	QNN 30, AREA ESPECIAL J	72220310	Ceilândia Sul
021	QUADRA 205 LOTES 10 E 11	72610500	Recanto das Emas

Fonte: autoria própria

Conforme dito acima, não necessariamente ocorre a correspondência entre zona eleitoral e regionalização político-administrativa oficial, sendo assim, no DF, algumas zonas eleitorais possuem área de abrangência de mais de uma R.A. (região administrativa) em sua jurisdição eleitoral. São os exemplos das zonas:

- Zona Eleitoral nº 002: engloba as regiões administrativas do Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte;
- Zona Eleitoral nº 010: engloba as regiões administrativas do Núcleo Bandeirante, Riacho Fundo, Park Way e Candangolândia;
- Zona Eleitoral nº 011: engloba as regiões administrativas do Cruzeiro, Sudoeste e Octogonal;
- Zona Eleitoral nº 016: engloba as regiões administrativas da Ceilândia Norte e Brazlândia;
- Zona Eleitoral nº 018: engloba as regiões administrativas do Lago Sul, Jardim Botânico e São Sebastião

Na Tabela 2 estão as informações sobre a distribuição de eleitores entre as zonas eleitorais do DF, em outubro de 2022, conforme dados do TRE²⁰:

Tabela 2 – Número de eleitores por zonas eleitorais do Distrito Federal em outubro de 2022

UF	Nº DA ZONA	ABRANGÊNCIA DE RAs	Nº DE ELEITORES	%
DF	001	Brasília – Asa Sul	86.183	4,410%
	002	Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte	93.010	4,760%
	003	Taguatinga Norte	72.712	3,721%

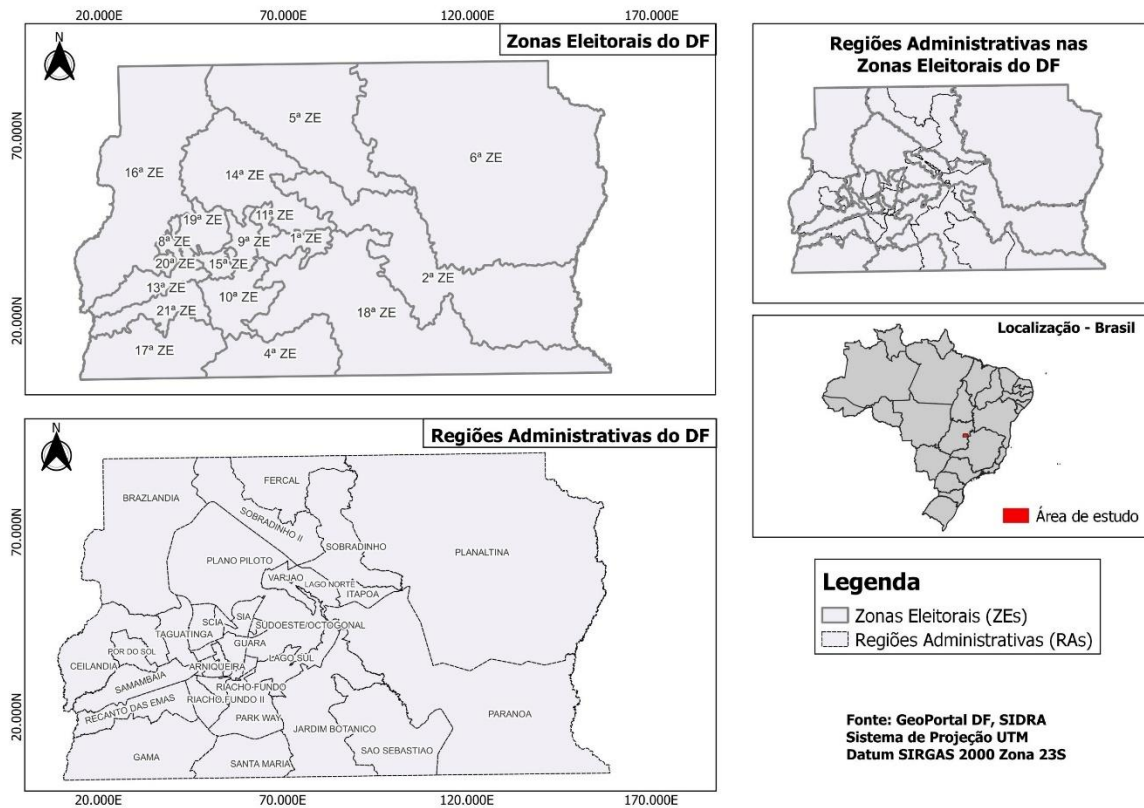
²⁰ Disponível em: <<https://www.tre-ap.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatistica-do-eleitorado-por-municipio-zona>>. Acesso em 10/03/2024

004	Santa Maria	124.494	6,371%
005	Sobradinho	118.036	6,040%
006	Planaltina	118.814	6,080%
008	Ceilândia Centro	78.694	4,027%
009	Guara I	117.156	5,995%
010	Núcleo Bandeirante, Riacho Fundo, Park Way e Candangolândia	100.984	5,168%
011	Cruzeiro, Sudoeste e Octogonal	69.497	3,557%
013	Samambaia	108.814	5,569%
014	Asa Norte	100.133	5,124%
015	Águas Claras - Taguatinga Sul	117.157	5,996%
016	Ceilândia Norte e Brazlândia	88.184	4,513%
017	Setor Central (Gama)	86.735	4,439%
018	Lago Sul, Jardim Botânico e São Sebastião	97.781	5,004%
019	Taguatinga Norte	91.501	4,683%
020	Ceilândia Sul	74.393	3,807%
021	Recanto das Emas	98.677	5,050%
	Total de eleitores	1.954.082	100%

Fonte: autoria própria com dados de estatística do eleitorado por município/zona do TRE

Por fim, o Mapa 1 abaixo ilustra as Zonas Eleitorais do DF em outubro de 2022 e suas Regiões Administrativas (RAs):

Mapa 1 - Zonas Eleitorais e RAs do DF (até outubro de 2022)



Organização: Felipe Soares Vieira e Allan da Silva Ramalho

Por fim, ainda sobre o aspecto político-eleitoral, vale acrescentar que, tendo sido historicamente instituída como anexo federal, Brasília/o DF nem sempre dispôs de autonomia econômica ou política, visto sua fundação como “cidade”²¹-sede do governo brasileiro aos moldes de município neutro²². Ao passo que decisões acerca da administração da capital eram de incumbência de preposto escalado pelo Presidente da República. De 1960, ano de sua fundação, a 1969, Brasília teve dez prefeitos nomeados, seguidos por oito governadores nomeados entre 1969 e 1991. Foi junto dos movimentos que conclamavam a restituição democrática no país e o final da ditadura civil-militar no Brasil que, a partir de emenda constitucional de 1985 aprovada pela Constituinte, brasilienses enfim garantiram direito ao sufrágio de seus congressistas²³.

Somente em 1990, o DF designa ineditamente seu primeiro governador, Joaquim Roriz (pelo extinto PTR), 1º governador eleito, assim como seus 24 deputados distritais eleitos pelo

²¹ Importante retomar: apesar do termo comumente utilizado, “cidade-sede”, Brasília não é cidade, mas uma região (sem autonomia política) do DF

²² Em referência ao Município Neutro da Corte, o município do Rio de Janeiro, capital do Império do Brasil, que se relacionava e era subordinado diretamente ao poder central e não à província do Rio de Janeiro.

²³ Disponível em < <https://www.cl.df.gov.br/web/guest/sobre-a-cldf>>. Acesso em: 29/12/2022

voto direto popular, configurando a 1ª legislatura da CLDF, que iniciou em 1991²⁴. Roriz, que também já havia sido governador nomeado em 1988, depois de ser o 1º governador eleito, viria a ser reeleito ao mesmo cargo em 1999 e em 2003²⁵. Por ocasião de lançar-se ao Senado Federal, Roriz renuncia em 2006 em favor de sua vice, Maria de Lourdes Abadia, a única mulher que assumiu o governo do DF desde sua fundação²⁶. Ao lado de Lúcia Carvalho (PT)²⁷ e Rose Mary Miranda (então PMDB, hoje MDB), Maria Abadia (PSDB) foi também uma das únicas três deputadas distritais eleitas em 1990 entre os 24 assentos ocupados para a 1ª legislatura local da capital.

Na eleição de interesse dessa pesquisa, Eleição Estadual Ordinária de 2022, no Distrito Federal para o cargo de Deputado Distrital, dados do TSE (2022) informam que o total de votos foi 1.807.484. Destes, 4.559 foram anulados, 88.490 (4,9%) foram votos em branco, 51.887 (2,9%) foram votos nulos e 51 foram anulados sub judice. Dessa forma, o total de votos válidos para eleição de Deputado Distrital em 2022 foi de 1.662.497.

Segundo infográficos produzidos pelo site UOL Eleições 2022²⁸, a partir de dados do TSE, dentre as 24 vagas para o cargo de Deputado(a) Distrital, 3 foram ocupadas por deputados do MDB²⁹, 4 por deputados do PL, 2 por deputados do PSD, 2 por deputados do PSOL, 2 por deputados do AGIR, 1 por deputado do PMN, 3 por deputados do PT, 2 por deputados do PP, 1 por deputado do CIDADANIA, 1 por deputado do AVANTE, 1 por deputado do UNIÃO, 1 por deputado do PSB e 1 por deputado do REPUBLICANOS.

A mesma reportagem revela que, entre as eleições de 2018 e 2022, o MDB aumentou sua bancada na CLDF em mais dois assentos (passando de um deputado em 2018 para três em 2022) e o PL também (passando de dois deputados em 2018 para quatro em 2022). Aumentaram sua bancada em mais um assento, os partidos PSD (passando de um para dois assentos), PSOL (também passando de um para dois assentos), AGIR (passando de um para dois assentos) e PMN (que não elegeu em 2018 e garantiu um assento em 2022).

²⁴ Disponível em <<https://www.df.gov.br/galeria-dos-governadores/>>. Acesso em: 29/12/2022

²⁵ Idem

²⁶ Exceção: Celina Leão (PP), eleita vice-governadora do DF, foi governadora no período de 09/01/23 a 15/03/23, por determinação do STF que decretou afastamento do cargo do então governador eleito do DF, Ibaneis Rocha (MDB), por omissão durante os atos golpistas de 08/01/23 na Esplanada dos Ministérios em Brasília. Ibaneis Rocha retornou ao cargo em 16/03/23.

²⁷ Lucia Helena de Carvalho foi a primeira mulher a presidir uma Assembleia Legislativa no Brasil, em 1997/98, na ocasião de sua 2ª legislatura no DF. Foi também a primeira mulher a presidir o Sindicato dos Professores do DF (1986/90). Disponível em: <<https://biblioteca.cl.df.gov.br/dspace/handle/123456789/1646>>. Acesso em: 17/05/2023

²⁸ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/analise/assembleia/numero-de-deputados-estaduais-eleitos-por-partido/?uf=df>>. Acesso em 06/03/2024

²⁹ Na data presente, março de 2024, o MDB conta com 5 deputados eleitos na CLDF, ultrapassando o PL. O fato se deu graças a filiação das deputadas Jaqueline Silva e Doutora Jane em junho de 2023

Já os partidos PT (três assentos), PP (dois assentos), CIDADANIA (um assento) e AVANTE (um assento) não tiveram alteração em número de assentos em comparação com as eleições anteriores (2018). Perderam bancada no ano de 2022 em comparação a 2018, os partidos PSDB (não elegeu em 2022), UNIÃO (passou de dois para um), PV (não elegeu em 2022), PROS (não elegeu em 2022), PSC (não elegeu em 2022), REDE (não elegeu em 2022), NOVO (não elegeu em 2022), PSB (passou de três para um), REPUBLICANOS (passou de três para um), PDT (passou de dois para nenhum eleito), PATRIOTAS (passou de dois para nenhum eleito) e PODEMOS (passou de dois para nenhum eleito).

Sobre a comparação entre dados de gênero da população do DF e os dados de gênero dos(as) deputados(as) distritais eleitos(as), 50,25% da população era de homens e 49,75% de mulheres, enquanto 83,3% da bancada eleita foi composta por homens e 16,7% por mulheres. Sobre a cor/raça da população do DF em comparação a cor/raça dos eleitos a CLDF, 41,83% da população era branca, 56,2% preta ou parda (negra), 1,66% amarela e 0,28% indígena. Dentre os eleitos, 52,2% eram brancos, 47,8% autodeclararam-se pardos ou pretos (negros) e 0% amarelos ou indígenas.

Vale saber, para estabelecer parâmetros primários sobre a votação e perfil das candidatas a partir de dados do TSE³⁰, que o candidato com maior número de votos foi Fábio Felix (PSOL), que obteve 51.792 (3,10% do total de votos para a CLDF) votos e foi reeleito à CLDF. À título de curiosidade, Fábio Felix alçou o recorde de parlamentar mais votado na história da CLDF, além de ter sido o primeiro homem autodeclarado homossexual eleito em 1º lugar entre todos os candidatos ao cargo ao longo de todas as legislaturas da casa³¹. O deputado autodeclarou-se de cor/raça preta, grau de instrução ensino superior completo, natural de Brasília (DF), ocupação assistente social, R\$111.761,64 de bens declarados e R\$896.403,47 de recursos recebidos. Ele se candidatou ao mesmo cargo em 2006 (não eleito), em 2014 (não eleito), em 2018 (eleito) e em 2022 (reeleito) pelo PSOL em todos os anos.

No extremo oposto, o candidato com o menor número de votos foi Sergio Luiz Leite Oliveira (PROS), que obteve 5 votos e não foi eleito. O deputado autodeclarou-se de cor/raça branca, grau de instrução ensino superior completo, natural de Brasília (DF), ocupação servidor público federal, R\$0,00 de bens declarados e R\$0,00 de recursos recebidos. Vale ressaltar que

³⁰ Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>>. Acesso em 04/03/2024

³¹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/eleicoes/2022/noticia/2022/10/02/deputado-gay-fabio-felix-e-o-parlamentar-mais-votado-da-historia-da-camara-do-df.ghtml>>. Acesso em: 16/01/2024

o limite legal de gastos para a campanha eleitoral (de homens e mulheres) em era de R\$1.270.629,01.

A candidata mulher com mais votos foi Jaqueline Angela da Silva (AGIR), com 26.452 (1,58%) e foi eleita. Ela não declarou cor/raça, declarou grau de instrução ensino superior completo, ser natural de Brasília (DF), ocupação “deputada”, R\$1.378.000,00 de declaração de bens e obteve R\$1.277.000,00 de total de recursos recebidos. Jaqueline da Silva se candidatou ao mesmo cargo em 2006 pelo PRONA (não eleita), em 2010 (suplente) pelo PTdoB, em 2014 (suplente) pelo PPL, em 2018 (eleita) pelo PTB e em 2022 (reeleita) pelo AGIR.

Já a candidata mulher que concorreu a CLDF e obteve menos votos foi Kyara Zaruty da Silva (PMB) com 6 votos (0,00%). Ela não declarou cor/raça, declarou grau de instrução ensino médio completo, ser natural de Brasília (DF), declarou R\$0,00 em bens, obteve R\$0,00 de recursos recebidos e se candidatou ao mesmo cargo em 2018 (suplente) pelo AVANTE e em 2022 (não eleita) pelo PMB.

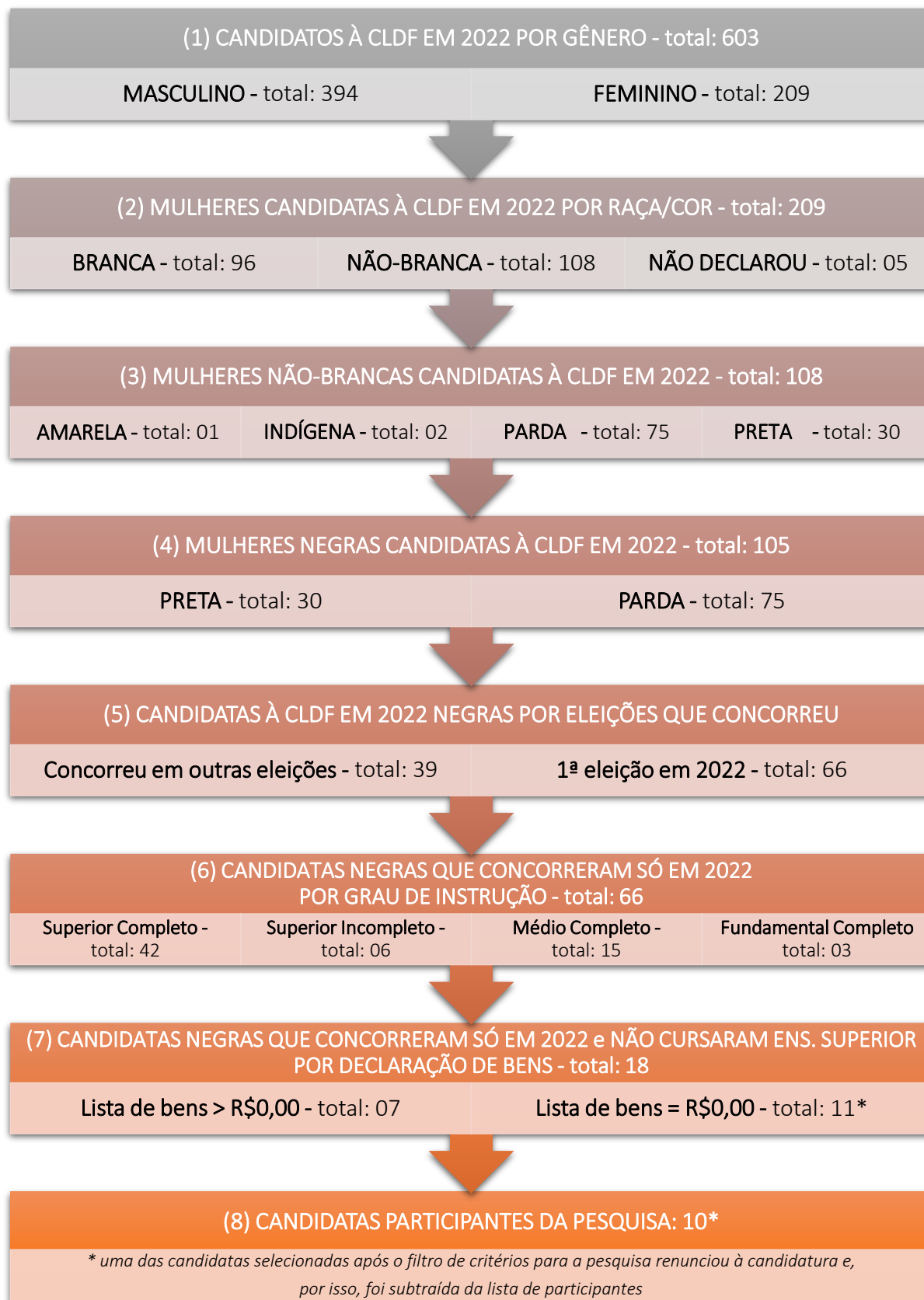
As mulheres eleitas a CLDF em 2022, por ordem de número de votos, foram: Jaqueline Angela da Silva (AGIR), cujo perfil foi descrito acima, com 26.452 votos (1,59%); Doutora Jane (AGIR) com 19.006 votos (1,14%), autodeclarada preta, com R\$0,00 em bens declarados e R\$231.572,01 de recursos recebidos; Paula Belmonte (CIDADANIA) com 17.208 votos (1,04%), autodeclarada branca, com R\$8.591.919,01 em bens declarados e R\$1.270.000,00 de recursos recebidos e Dayse Amarilio (PSB) com 11.012 votos (0,66%), autodeclarada branca, com R\$526.704,40 em bens declarados e R\$284.382,35 de recursos recebidos.

1.3 Amostra de candidatas – sobre a seleção das participantes

Para determinar as participantes dessa pesquisa, alguns critérios foram estabelecidos de maneira a possibilitar uma triagem acurada entre candidatos à CLDF que concorreram ao pleito de 2022. Desta forma, dentre os 603 candidatos a deputado distrital, foi possível chegar ao recorte de onze participantes. Os dados foram coletados via portal de dados abertos do TSE (2022a)³² e, a saber, os critérios para filtragem aplicados foram: autodeclaração de gênero, raça/cor, quais eleições concorreu, grau de instrução e bens declarados. O diagrama abaixo apresenta montante de candidatos(as) por critério aplicado:

³² Disponível em: <<https://dadosabertos.tse.jus.br/>> e <<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>>. Acesso em: 22/11/22

Fluxograma 1 – Triagem para seleção das participantes da pesquisa



Fonte: de autoria própria a partir de dados do TSE

Legenda:

(1) CANDIDATOS À CLDF EM 2022 POR GÊNERO - total: 603 - candidatos (as) que concorreram à CLDF em 2022 (total: 603), subdivididos por autodeclaração de gênero: masculino (total: 394) e feminino (total: 209). Vale ressaltar que a coluna correspondente a autodeclaração de gênero nos dados fornecidos pelo TSE apresenta apenas as opções “masculino” e “feminino”, e nenhuma das candidatas participantes da pesquisa é transgênero, portanto, a classificação “mulheres trans” não foi apresentada na categorização acima;

(2) MULHERES CANDIDATAS À CLDF EM 2022 POR RAÇA/COR - total: 209 - candidatas que concorreram à CLDF em 2022 (total: 209), subdivididas por autodeclaração de raça/cor: brancas (total: 96), não-brancas (total: 108) ou não declarou (total: 05);

(3) MULHERES NÃO-BRANCAS CANDIDATAS À CLDF EM 2022 - total: 108 - candidatas não-brancas que concorreram à CLDF em 2022 (total: 108), subdivididas por autodeclaração de raça/cor: amarela (total: 01), indígena (total: 02), parda (total: 75), preta (total: 30);

(4) MULHERES NEGRAS CANDIDATAS À CLDF EM 2022 - total: 105 – candidatas negras (pretas ou pardas) que concorreram à CLDF em 2022: preta (total: 30) e parda (total: 75);

(5) CANDIDATAS À CLDF EM 2022 NEGRAS PELO Nº DE ELEIÇÕES QUE CONCORREU – candidatas negras que concorreram à CLDF em 2022 por eleições que concorreu: concorreu em outras eleições antes de 2022 (total: 39) ou concorreu a 1ª eleição em 2022 (total: 66);

(6) CANDIDATAS NEGRAS QUE CONCORRERAM SÓ EM 2022 POR GRAU DE INSTRUÇÃO - total: 66 - candidatas negras que concorreram à CLDF apenas em 2022 por grau de instrução: Ensino Superior Completo (total: 42), Ensino Superior Incompleto (total: 06), Ensino Médio Completo (total: 15) ou Ensino Fundamental Completo (total: 03);

(7) CANDIDATAS NEGRAS QUE CONCORRERAM SÓ EM 2022 e NÃO CURSARAM ENS. SUPERIOR POR DECLARAÇÃO DE BENS - total: 18 - candidatas negras que concorreram à CLDF apenas em 2022 e não cursaram Ensino Superior por declaração de bens: declararam lista de bens maior que R\$0,00 (total: 07) ou declaram lista de bens igual a R\$0,00 (total: 11) *;

(8) CANDIDATAS PARTICIPANTES DA PESQUISA: CANDIDATAS AUTODECLARADAS NEGRAS QUE CONCORRERAM ÀS ELEIÇÕES APENAS EM 2022 QUE NÃO ATINGIRAM ENSINO SUPERIOR E NÃO DECLARARAM BENS DURANTE CAMPANHA – total: 10*.

** uma das candidatas selecionadas após o filtro de critérios para a pesquisa renunciou à candidatura e, por isso, foi subtraída da lista de participantes*

Das seleções de critérios para escolha das participantes, valem ainda algumas explicações. Sobre o número de eleições que concorreram, a intenção foi não incorrer na variabilidade de capital político das candidatas, ou seja, conter ao máximo resquícios de campanhas eleitorais passadas. Porque “é razoável esperar que a experiência prévia dos candidatos influencie tanto a sua capacidade de arrecadar recursos quanto de conquistar votos” (SACCHET e SPECK, 2012, p. 192), nos ativemos às que concorreram pela primeira vez na eleição analisada (eleições gerais de 2022).

Porque o estudo parte do princípio de que “os experimentos democráticos ocorrem em configurações sociais marcadas por desigualdades de recursos e acesso, tanto econômico como cultural e político, envolvendo distintas clivagens” (THERBORN, 2006; BORDIEU, 1989; SEN, 2009 *apud* ARAÚJO, 2012), e porque a pesquisa enseja mensurar a influência do uso das redes sociais virtuais para fins de campanha eleitoral, a intenção foi por selecionar sujeitos lidos como marcados por maior grau de “desigualdade de recurso e acesso”.

Justifica-se, por isso, a opção por mulheres que não tenham atingido maiores graus de instrução. Assim como, sobre a declaração de bens, levou-se em consideração, além do já dito, o fato que uma das razões “responsáveis pelo baixo desempenho das mulheres no campo da

disputa eleitoral” é o financiamento de suas campanhas (SACCHET e SPECK, 2012, p. 179). Visto que a diferença entre bens declarados dos candidatos à CLDF em 2022 variou de R\$0,00 a R\$15.256.488,17, optou-se por mitigar ao máximo a influência da renda pessoal sobre o fenômeno analisado.

Os critérios também encontram argumentos na (drástica) conclusão de Cordova *et al* (2023) de que, “hipoteticamente, esse perfil feminino teria um total de votos negativo” (2023, p. 69). O perfil em questão é o de mulheres, de baixa escolaridade, com pouca renda e “desafiantes” na política (em referência àquelas que não concorreram em eleições ou tiveram mandatos prévios). Segundo pesquisa, as variáveis mais relevantes para o sucesso eleitoral (maior quantidade de votos, mas, especialmente, efetivação de um pleito) são, justamente, a receita do candidato(a) e ser incumbente (aquele que é candidato à reeleição) (CORDOVA, JUNCKES, *et al.*, 2023, p. 70).

Sendo assim, as participantes selecionadas encontram-se na intersecção entre três vieses: o de gênero (mulheres), o de raça (negras) e o socioeconômico (aqui adjetivadas como socioeconomicamente “desfavorecidas” ou “preteridas”). A escolha respalda-se também no dado do IPE-DF que informa que não somente a população feminina no DF é de maioria de mulheres negras (28,72% da população do DF), mas também que a população negra no DF é a maioria na classe D-E (74,40% dos que possuem menor renda mensal média, R\$1870,50, são negros) (IPE-DF, 2021a).

A partir disto, concluiu-se pela análise das campanhas de Alcione Fernandes da Cruz, Ana Paula Rodrigues Teles, Cristiane Santos de Oliveira, Daiane Bispo dos Santos, Edna Borges Correa, Eva Lucia Fernandes de Assis, Gabrielly Leticya Lopes dos Santos, Marly Bezerra de Medeiros, Rita de Cássia Mota de Albuquerque e Silva, Rosilene Maria de Viveiros Conceição e Valdinete Barboza Lisboa Freire.

A Tabela 3 abaixo apresenta informações iniciais elementares sobre suas candidaturas:

Tabela 3 – Dados sobre as candidatas selecionadas

PARTICIPANTE	NOME DE URNA	PARTIDO	Nº de VOTOS	RESULTADO (eleita ou não)
1	ALCIONE FERNANDES	PATRIOTA	649	Não foi eleita
2	PAULA TELES	NOVO	220	Não foi eleita
3	MISSIONÁRIA CRISTIANE	PMN	605	Não foi eleita

4	EDNA BORGES	SOLIDARIEDADE	106	Não foi eleita
5	EVA FERNANDES	PTB	546	Não foi eleita
6	GABY SANTOS	PDT	528	Não foi eleita
7	MARLY MEDEIROS	SOLIDARIEDADE	65	Não foi eleita
8	RITA MOTA	PSC (Partido Social Cristão)	182	Não foi eleita
9	ROSINHA VIVEIROS	CIDADANIA	61	Não foi eleita
10	SGT VALDINETE	DC (Democracia Cristã)	132	Não foi eleita

Fonte: de autoria própria a partir de dados do TSE

Todavia, com vistas a uma análise e futura discussão de resultados mais aprofundada e com mais elementos, uma candidata será acrescentada à seleção. A candidata Jane Klebia do Nascimento Silva Reis (Doutora Jane), do partido AGIR, apesar de não cumprir todos os critérios selecionados pela triagem (pois concorreu em 2018 e 2022 e cursou ensino superior completo), foi a única mulher autodeclarada preta eleita à CLDF em 2022 e, por essa razão, optou-se por não desprezá-la da seleção. À título de observação, nenhuma das participantes foi identificada como candidata laranja à priori, e, portanto, nenhuma eliminação foi necessária por este critério. A Tabela 4 abaixo, apresenta as informações sobre ela:

Tabela 4 - Dados sobre a candidata acrescentada à seleção

	NOME NA URNA	PARTIDO	VOTOS RECEBIDOS	RESULTADO (eleita ou não)
11	DOUTORA JANE	AGIR	19.006	Eleita

Fonte: de autoria própria a partir de dados do TSE

Tendo em vista que uma das intenções e esforços desse estudo será produzir dados sobre o uso de redes sociais virtuais pelas candidatas, soma-se às informações já elencadas, os dados primários sobre as redes sociais utilizadas pelas participantes durante o período de campanha eleitoral, de acordo com o que declararam ao TSE. Eles estão resumidos na Tabela 5 abaixo:

Tabela 5 – Redes sociais virtuais utilizadas pelas candidatas participantes

PARTICIPANTE	NOME DE URNA	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	Total
1	ALCIONE FERNANDES	✓	✓		2
2	PAULA TELES	✓	✓	✓	3
3	MISSIONÁRIA CRISTIANE	✓	✓		2
4	EDNA BORGES	✓			1
5	EVA FERNANDES	✓	✓		2
6	GABY SANTOS	✓	✓	✓	3
7	DOCTORA JANE	✓	✓	✓	3
8	MARLY MEDEIROS	✓	✓		2
9	RITA MOTA	✓	✓		2
10	ROSINHA VIVEIROS	✓	✓		2
11	SGT VALDINETE		✓		1

Fonte: de autoria própria a partir de busca em redes sociais e no site de Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais do TSE

CAPÍTULO 2 – MULHERES NA POLÍTICA, REPRESENTAÇÃO POLÍTICA E GEOGRAFIA

“Existirmos a que será que se destina?”

Cajuína de Caetano Veloso, 1982

2.1 Um fenômeno, muitas escalas: a assimetria de gênero nos espaços políticos e suas razões

A existência de mulheres nas arenas institucionais de poder (parlamentos, câmaras, assembleias, conselhos etc.) é escassa ou, quando muito, isolada e atestá-la não exige demasiado esforço ou técnica. Uma breve pesquisa on-line por imagens de parlamentos, no Brasil e no mundo, por fotos de integrantes e reuniões de partidos eleitorais ou rápida aferida no conteúdo televisivo das sessões na TV Câmara³³ ou TV Senado³⁴, por exemplo, testemunham um ostensivo volume de engravatados, flagrando já, à primeira vista, a incontestável predominância de homens nesse que se pode chamar por cenário da política institucional nacional e internacional.

Figura 1 – Campanha da revista Elle



Fonte: edição britânica da revista Elle

Figura 2 – Campanha da revista Elle



Fonte: edição britânica da revista Elle

Figura 3 – Campanha da revista Elle



Fonte: edição britânica da revista Elle

Figura 4 - Campanha da revista Elle



Fonte: edição britânica da revista Elle

³³ Emissora de televisão da Câmara dos Deputados, disponível em canal da TV aberta ou à cabo/antena

³⁴ Emissora de televisão do Senado Federal do Brasil, disponível em canal da TV aberta ou à cabo/antena

Acima, é possível ver registros de vídeo produzido pela edição britânica da revista ELLE (Figuras 1, 2, 3 e 4) em 2015 durante a campanha *#MoreWomen* (“mais mulheres”, tradução nossa) com propósito de retratar “as histórias e a importância das mulheres fortes e bem-sucedidas que atuaram como representantes do restante da população feminina ao longo dos anos”³⁵ (tradução nossa).

Sob a chamada “veja o que acontece quando os homens são tirados de cena no *Photoshop*” (tradução nossa), fotografias editadas mostram serem expressa minoria a rainha Elizabeth ao lado da chanceler alemã Angela Merkel e da presidenta argentina Cristina Fernandez de Kirchner durante a cúpula do G-20 de 2009 em Londres (Figuras 1 e 2), bem como as mulheres eleitas à Câmara Baixa do Parlamento do Reino Unido (*House of the Commons*) (Figuras 3 e 4). Em números de homens e mulheres nos parlamentos, 24% dos parlamentares no mundo eram mulheres em 2020, enquanto no Brasil elas somavam 16% dos políticos eleitos em 2018 (Elas No Poder, 2020).

De acordo com Cordova (2023), dados equiparativos apontam: “em 2022, as mulheres participavam sendo 53% do eleitorado brasileiro. Em números absolutos, elas somam 8,3 milhões a mais que os eleitores homens” (*op. cit.*, p. 02). Até o mesmo ano, segundo dados da organização Terra de Direitos e Justiça Global, apenas cerca de 13% dos cargos eletivos de todas as esferas políticas do Brasil eram ocupados por mulheres (HASHIZUME e LAURIS, 2020).

Em âmbito local, por recorte de interesse nesta pesquisa, na política do DF, que tem especificidades enquanto distrito sede do poder político nacional, com formas distintas dos demais 26 entes federativos de estabelecer seus cargos, funções e eleições (conforme dito na seção 1.2) a desproporção também se faz. Correspondendo a 52,2% da população³⁶, mulheres eram 212 dentre o total de 610 candidaturas ao legislativo local nas eleições de 2022, totalizando 35%, e findaram 4 (17%) entre os 24 deputados distritais eleitos(as)³⁷.

Em 33 anos de eleições, o padrão quantitativo de parlamentares eleitos à câmara local seguiu praticamente inalterado no quesito gênero, mantendo sempre entre duas e cinco deputadas eleitas entre os 24 assentos. Ao longo das nove eleições, incluindo a última

³⁵ Disponível em: <<https://www.elle.com/culture/career-politics/a31098/men-photoshopped-out-of-history-video/>>. Acesso em: 10/03/2023

³⁶ IPEDEF, Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal, 2022. “Retratos Sociais DF 2021 – Mulheres”. Disponível em <<https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2022/11/Sumario-Executivo-Mulheres.pdf>>. Acesso em 29/12/2022

³⁷ TSE Mulheres, Justiça Eleitoral, na aba “Eleições Gerais”, cargo selecionado “Deputada Distrital”. Disponível em: <<https://www.justicaeleitoral.jus.br/tse-mulheres/#estatisticas>>. Acesso em: 23/12/2022

concorrência ao pleito, em 2022, que resultou em quatro mulheres dentre os 24 legisladores(as) alçados à CLDF, elas nunca ultrapassaram a marca de 20,8% da estrutura parlamentar legislativa local da capital. “Nesse período, tivemos avanços e retrocessos. Por que razão, sendo maioria da população, seguimos sendo uma minoria brutal na Casa?” questionou a então deputada distrital pelo PT, Arlete Sampaio (três vezes eleita à CLDF, em 2003, 2011 e 2019)³⁸.

A ocasião da reivindicação era o evento de inauguração da “Galeria das Parlamentares” galeria dedicada a fotografias das 21 deputadas distritais que atuaram pela Casa desde 1991 até 2022 (Figura 5), em 31 de maio de 2022. O então presidente da Casa, Rafael Prudente (MDB), disse haver um sinal de alerta, visto que, “em 30 anos, temos apenas 21 mulheres estampadas”³⁹. Além desta, houve declarações das homenageadas e das realizadoras do evento, como Patrícia Nogueira Andrade, que acrescentou que “após 90 anos da conquista do direito ao voto [no Brasil], ainda carecemos de meios para alcançar a equidade política entre homens e mulheres”⁴⁰.

Figura 5 - Inauguração da galeria fotográfica das 21 deputadas que passaram pelo legislativo local do DF



Fonte: Renan Lisboa/CLDF

Tendo este cenário - local, nacional e global - como ponto de partida, diferentes autoras(es) e pesquisas buscam analisar as razões que explicam o quadro desfavorável para

³⁸ Reportagem: “CLDF inaugura galeria fotográfica das 21 deputadas que fizeram história no Legislativo local”. Disponível em <<https://www.cl.df.gov.br/-/cldf-inaugura-galeria-fotografica-das-21-deputadas-que-fizeram-historia-no-legislativo-local>>. Acesso em: 29/12/2022

³⁹ Idem

⁴⁰ Idem

mulheres na política institucional. São exemplos, Alvarez (2004), Araújo (2005, 2012), Miguel e Biroli (2009), Matos (2010), Rangel (2012), Archenti e Albaine (2018), Piscopo e Kenny (2020), Tabares, Conceição e Marques (2021), Faria *et al* (2023), Rivetti e Hey (2023) entre outros(as).

Araújo (2012) contribui afirmando que “seja por algum tipo de justificativa moral ou sustentado em uma prerrogativa mais pragmática, as mulheres estiveram excluídas das experiências ocidentais que serviram de base para a constituição da cidadania moderna” (ARAÚJO, 2012, p. 153). Uma vez negado o direito à esfera pública, aquela “legítima para a realização e a viabilização da cidadania” (*op. cit.*, p. 148) (já que mulheres foram por muito tempo confinadas à esfera privada), pode-se supor que espaços e possibilidades de pensar e agir também lhes foram negados, simbólica e concretamente.

Por exemplo, Piscopo e Kenny (2020) destrincham o popular (e falacioso) argumento, muitas vezes utilizado para justificar tal conjuntura, de que mulheres não estão numericamente equiparadas aos homens na política por uma falta de interesse inata delas. De acordo com as autoras, “não existem qualificações padrão ou universalmente reconhecidas para a candidatura”, enquanto que há “requisitos formais e informais, tais como serviço partidário, recursos e experiência, [que] moldam a oferta e a procura de acordo com o gênero” (PISCOPO e KENNY, 2020, p. 04, tradução nossa). Por consequência, corroboram pesquisas de outros estudiosos ao concluírem que “o que parece ser a falta de ambição das mulheres é, na verdade, uma decisão racional de optar por não se candidatar, dada uma estrutura de oportunidades políticas de gênero que favorece a maioria dos homens” (*op. cit.*, 2020).

Em similar esforço, Rivetti e Hey (2023) analisam aspectos da trajetória da ex-presidenta Cristina Kirchner (2007-2015), primeira mulher a ser eleita presidente na Argentina, como modelo para “indagar que tipos de recursos as políticas [mulheres atuantes na política] podem mobilizar para acumular capitais válidos e atuantes nesse espaço, entre eles os atributos ligados a gênero”. Na perspectiva das “oportunidades políticas” (PISCOPO e KENNY, 2020), que podem ser explícitas ou não, concretas ou não, Rivetti e Hey (2023) avaliam “a mobilização de recursos econômicos, simbólicos, culturais e matrimoniais” como atributos que configuram “diferentes posições e práticas no campo político, de modo geral” e evocam também o gênero como um “atributo distintivo” (RIVETTI e HEY, 2023, p. 20).

Na contramão das oportunidades, pesquisas deflagram diversas condições que contribuem para perpetuar o isolamento (concreto ou simbólico) que barra este grupo do acesso

aos espaços políticos institucionais. De acordo com relatório de pesquisa, as situações de violência política, por exemplo, contra as mulheres apresentam características bem específicas:

Vítimas preferenciais das ofensas, as mulheres políticas enfrentam formas específicas de agressões, como as violências físicas infligidas por seus pares ou por terceiros ou ameaças massivas virtuais. Nos casos em que foi possível identificar o sexo do autor da violência, os homens aparecem como autores em 100% dos casos de assassinato, atentados e agressões e em mais de 90% dos casos de ameaças e ofensas. (HASHIZUME e LAURIS, 2020, p. 49)

Complementarmente, de acordo com o relatório, ainda que não sejam as mais expostas a assassinatos e atentados, essas mulheres são “submetidas a um cenário cotidiano de ameaças, (micro e macro) agressões, humilhações e ofensas”. Além disso, enquanto para o homem o corpo físico é alvo principal de ataque, como um “oponente político que precisa ser eliminado”, sobre as mulheres, sua “baixa representação [...] e a estigmatização do seu papel levam a uma dinâmica de não reconhecimento das mulheres como iguais, o que faz com que sua dignidade seja o principal alvo de ataque” (HASHIZUME e LAURIS, 2020, p. 52).

O Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania conceitua violência política como: “agressão física, psicológica, econômica, simbólica ou sexual contra a mulher, com a finalidade de impedir ou restringir o acesso e exercício de funções públicas e/ou induzi-la a tomar decisões contrárias à sua vontade”. Reitera, são atos “sistêmicos de violência com o objetivo de excluir a mulher do espaço político” e afirma “é uma das causas da sub-representação” (BRASIL, 2022b).

Não somente, mas categoriza em subtipos: a simbólica (por exemplo a inexistência de banheiros femininos no plenário do Senado Federal até 2016); a psicológica (por exemplo a classificação da mulher como histórica); a econômica (por exemplo quando recursos do fundo partidário são distribuídos de forma desproporcional); a sexual (por exemplo com comentários que sexualiza seus corpos) e a física (por exemplo empurrões, segurar a força etc) (*op. cit.*, 2022b).

Sobre a perspectiva de mulheres candidatas a cargos municipais no Brasil, 80% julgam que o ambiente político favorece homens (DATASENADO, 2022); enquanto na visão geral, de homens e mulheres candidatos a cargos municipais no país, 66% entendem que os partidos políticos não fornecem condições iguais de concorrência para mulheres (*op. cit.*, 2022). A mesma pergunta tendo sido feita também a candidatos e candidatas, mas a cargos de nível estadual e federal, logrou resposta ainda mais impressionante: 76% opinam que mulheres e homens não compartilham das mesmas condições de concorrência proporcionada pelos partidos (*op. cit.*, 2022).

Dados ainda mais recentes, acessados via site oficial destinado especificamente a informações sobre mulheres na política chamado TSE Mulheres⁴¹ (fato que, por si, deflagra a indispensável e particular demanda por investigação do tema), indicam que nas eleições gerais brasileiras de 2022, mulheres foram: 53% dos eleitores, 34% dos candidatos, 18% dos eleitos e 14% dos reeleitos (TSE, 2022b).

Ainda que, segundo dados da União Interparlamentar⁴² (*Inter-Parliamentary Union*, IPU), “pela primeira vez na história, nenhum parlamento ativo no mundo seja exclusivamente masculino” (tradução nossa) (IPU, 2023), atualmente, o Brasil desempenha a 132ª posição entre as 185 posições na IPU com apenas 17,54% (IPU, 2023)⁴³ de mulheres entre os parlamentares na Câmara dos Deputados. Quando considerados os quadros que concorrem em eleições majoritárias, Sacchet e Speck (2012) atentam para o fato de, em vista do acirramento na indicação de candidatos, chances ainda menores para “membros de grupos sociais distintos”, como as mulheres.

Vale reforçar que foi a difusão de uma agenda feminista nacional e internacional que “fomentou a defesa dos direitos humanos das mulheres e a sua transposição para cenários regionais e nacionais” (PRÁ, 2014, p. 171). Conforme alerta Sacchet (2015), “o tópico da baixa presença de mulheres em posições representativas – embora diretamente relacionado ao conceito de democracia, [e] às questões-chaves do debate sobre a reforma política [...], não figura com frequência em discussões sobre os limites do atual sistema político”, não apenas, “no meio acadêmico, esse tema tem sido tratado quase que exclusivamente por feministas, no Congresso Nacional, pela Bancada Feminina, e nos partidos, pelos órgãos internos de mulheres como secretarias” (SACCHET, 2015, p. 154).

Sob ponto de vista normativo e da práxis, há inúmeros exemplos vindouros da agenda feminista nacional e internacional, tais quais os dispositivos citados acima, como o site oficial TSE Mulheres e a lista, além de outras iniciativas, da União Interparlamentar por equidade de gênero. Não somente, mas sob aspecto das legislações eleitorais pelo mundo, tal agenda também provocou implementações. Como ações afirmativas de gênero, a lei de cotas para mulheres era realidade em 2021 em 82 países entre 124, de acordo com base de dados do Instituto para a Democracia e Assistência Eleitoral (IDEA, 2021). Dentre esses 82 países, 56

⁴¹ TSE Mulheres, Justiça Eleitoral. Disponível em: <<https://www.justicaeleitoral.jus.br/tse-mulheres>>. Acesso em 01/12/2022

⁴² Disponível em: <<https://www.ipu.org/parliament/BR>>. Acesso em: 18/09/2023

⁴³ “Women in parliament.” Disponível em: <<https://www.ipu.org/parliament/BR>>. Acesso em: 18/09/2023

adotam cotas para candidaturas (16 deles na América Latina), ou seja, obrigam número mínimo de mulheres como postulantes aos cargos parlamentares.

No Brasil, há estabelecimento mínimo de 30%, e máximo de 70%, para o número de candidaturas por gênero; Argentina, cuja lei aprovada em 2017 determina que 50% das listas de candidatos ao Congresso Nacional e ao PARLASUL (Parlamento do Mercosul⁴⁴) seja composta por candidatas femininas que devem aparecer intercaladas com as masculinas ao longo das listas; e a Costa Rica, cuja legislação regulamenta que listas eleitorais com número par de concorrentes devem garantir 50% de membros de cada gênero e, em caso de lista ímpar, a diferença de membros por gênero não deve passar de 1 (IDEA, 2021).

De acordo com Backes (2021), o sucesso eleitoral de mulheres nesse caso depende de variáveis como “obrigatoriedade das cotas e a existência ou não de sanções para o não cumprimento; compromisso partidário; natureza do sistema eleitoral; e a existência ou não da norma de mandato de posição das mulheres na lista preordenada” (*op. cit.*, p. 02).

Em 24 outros países, sendo maioria na África, Ásia e Oriente Médio, há cadeiras reservadas nas Casas legislativas para mulheres (por exemplo, China, Egito, Índia, Iraque e Zimbábwe), garantindo (em tese) um passo além para a efetividade da presença destas nos parlamentos. Segundo Backes (2021, p.2), “é a forma mais direta e garantida, porém de adoção bem mais difícil, por esbarrar no princípio da igualdade da representação, na grande resistência dos homens para reduzir o número de vagas que eles disputam, além de normalmente ser uma regra que exige mudança na própria Constituição, o que demanda quórum de aprovação maior”.

Há na lista também países onde os partidos políticos possuem cotas eleitorais voluntárias (não mandatórias), ou seja, eles mesmos definem os percentuais de candidaturas femininas, como é o caso da Argentina, Grécia, Itália, Japão, Paraguai entre outros. Vale ressaltar que, mesmo entre países que regulamentam as cotas em constituição, pode haver simultaneamente a aplicação de cotas voluntárias dos partidos políticos, a depender do cargo/função. Para Backes (2021), neste caso “o sucesso é mais irregular, pois depende de circunstâncias como a organização do movimento de mulheres, a força do sistema partidário e a cultura do país com relação ao papel da mulher”. Em 39 países não havia previsão alguma de cotas por gênero em suas legislações eleitorais.

Como dito, no Brasil, pela Lei no 9.504/1997, foram instituídas as cotas eleitorais de gênero que a asseveram a obrigatoriedade de 30% das vagas para candidaturas de um dos sexos,

⁴⁴ Órgão democrático e legislativo da representação civil dos povos dos Estados Partes do Mercado Comum do Sul. Constituído em dezembro de 2006 e localizado em Montevideu, no Uruguai, é integrado por 158 parlamentares que se dividem por país segundo a proporção populacional

o que na prática tem significado a exigência de preenchimento de 30% das nominatas com candidaturas femininas. Depois da instituição da lei de cotas eleitorais de gênero, em avanço mais recente, de 2022, “foi inserida na Constituição a obrigação expressa dos partidos aplicarem os recursos públicos de campanha em candidaturas femininas, na mesma proporção, do número de candidatas e no mínimo em 30%”⁴⁵.

Não é incomum, todavia, reportagens⁴⁶ e pesquisas (GORTARI, 2019; SILVA e CAMPOS, 2020) que denunciem fraudes neste instrumento cometidas pelos partidos políticos, como ocorre no caso das sabidas “candidaturas laranja”, que são “fraudes eleitorais que utilizam as vagas destinadas às mulheres apenas para preencher o quadro de candidatos e, assim, os partidos poderem participar regularmente do pleito, não se importando com uma efetiva inserção das mulheres na política” (SILVA e CAMPOS, 2020, p. 179).

Não à toa, o Senado Federal desenvolveu às vésperas das eleições municipais brasileiras de outubro deste ano a campanha “Mulher não é Laranja”, como forma de tentar combater tal prática que, segundo a fonte, pode ser detectada por: “votação zerada ou inexpressiva; prestação de contas zerada, padronizada ou ausência de movimentação financeira relevante; ausência de atos efetivos de campanha, divulgação ou promoção da candidatura de terceiros”⁴⁷.

No caso mais recente, levantamento sobre o 1º turno destas eleições de 2024 mostrou que as cotas eleitorais de gênero foram descumpridas em 700 municípios, segundo a Agência Brasil (2024). Reportagem de O Globo⁴⁸ apontou que 62% dos candidatos que obtiveram até dez votos eram mulheres e, entre elas, 731 nem sequer recebeu o próprio voto, tendo zerado seu resultado. Nestes casos, os partidos políticos ao inserirem falsas candidaturas em suas listas de nominatas “simulam uma situação regular e conseguem registrar seus candidatos homens para concorrerem ao pleito”⁴⁹. Não apenas, também às vésperas do pleito de 2024, o Congresso

⁴⁵ “Com nova norma, TSE fecha cerco a candidaturas femininas laranjas”. Disponível em: <[⁴⁶ “Candidaturas laranjas de mulheres levaram à cassação de 75 políticos desde a eleição de 2020”. Disponível em < <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/04/candidaturas-laranjas-de-mulheres-levaram-a-cassacao-de-75-politicos-desde-a-eleicao-de-2020.ghtml>>. Acesso em: 10/08/2023](https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2024-03/com-nova-norma-tse-fecha-cerco-candidaturas-femininas-laranjas#:~:text=Tamb%C3%A9m%20ser%C3%A1%20considerada%20laranja%20a,lei%2C%20segundo%20as%20regras%20a%20provadas.>”. Acesso em: 06/07/2024</p></div><div data-bbox=)

⁴⁷ “Interlegis lança Campanha Mulher não é Laranja”. Disponível em: < <https://www12.senado.leg.br/interlegis/destaques/interlegis-lanca-campanha-mulher-nao-e-laranja>>. Acesso em: 06/07/2024

⁴⁸ “Candidatas invisíveis: 241 mulheres têm votação inexpressiva e campanha sem recursos pela segunda eleição consecutiva”. Disponível em < <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2024/noticia/2024/10/11/candidatas-invisiveis-241-mulheres-tem-votacao-inexpressiva-e-campanha-sem-recursos-pela-segunda-eleicao-consecutiva.ghtml>>. Acesso em 11/10/2024

⁴⁹ “Eleições: cotas de gênero foi descumprida em 700 municípios”. Disponível em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2024-10/eleicoes-cota-de-genero-foi-descumprida-em-700-municipios>>. Acesso em 11/10/2024

Nacional promulgou a chamada PEC da Anistia (9/2023), que anistia a multa aplicada aos partidos políticos pelo não cumprimento das cotas (de gênero e raça) nas eleições.

Retomando exemplos de instrumentos vindouros da agenda feminista, há também a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW, sigla em Inglês) assinada em 1979 como parte do debate ulterior à Carta das Nações Unidas (1945) e Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), entre outros. Conforme analisa Prá (2014), a convenção (CEDAW) “compromete seus signatários a empreender esforços necessários para garantir a elas [mulheres] o direito de votar, de serem eleitas ou indicadas a cargos políticos” mediante “medidas especiais temporárias (ações afirmativas)” (PRÁ, 2014, p. 171).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento (OCDE)⁵⁰ e a Organização das Nações Unidas (ONU)⁵¹ desenvolvem inclusive manuais de recomendações para implementação de uma agenda em prol da equidade de gênero. O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5, um dos 17 definidos pela ONU em 2015, por exemplo, diz respeito a igualdade de gênero ao que declara “alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” (ONU, 2015).

Mais especificamente, ainda que todos estabeleçam relação com o devir político, o subitem 5.5 objetivamente preconiza: “Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública” (ONU, 2015).

Pode-se dizer que a ODS 5, enquanto exemplo de normativa, vai ao encontro do apontamento de Sen (2010) para o fato de que a desigualdade entre gêneros afeta e “restringe em altíssimo grau as liberdades substantivas para o sexo feminino” (SEN, 2010, p. 23). Por liberdades substantivas, o autor entende, por exemplo, as liberdades políticas, o acesso à educação básica, à assistência médica, a direitos civis básicos, entre outras.

Desta forma, transfere o foco do desenvolvimento para parâmetros além dos comumente mensurados - como PIB, PNB, aumento de renda, de industrialização etc - e privilegia a garantia de “liberdades humanas”. De maneira sintética, em sua tese, se faz necessário evocar toda a abrangência das ausências de liberdades para, considerando os “encadeamentos entre diferentes

⁵⁰ Manuais “Better governance for gender equality” e “2015 OECD Recommendation of the Council on Gender Equality in Public Life” da OCDE. Disponíveis em: <<https://www.oecd.org/gov/gender-public-life-flyer.pdf>> e <<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264252820-en.pdf?expires=1696430944&id=id&accname=guest&checksum=308D720199B4B5D665130D3D79A1FEDB>>. Acesso em 04/10/23

⁵¹ Manual “Gender Equality Capacity Assessment Tool” da ONU. Disponível em <<https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2014/6/gender-equality-capacity-assessment-tool>>. Acesso em 04/10/23

formas de liberdade” (*op. cit.*, p. 06), conseguir sanar a privação delas e, assim, garantir desenvolvimento. Em resumo “o êxito de uma sociedade deve ser avaliado, nesta visão, primordialmente segundo as liberdades substantivas que os membros dessa sociedade desfrutam.” (*op. cit.*, p. 26).

Sen (2010), para além do aspecto da garantia de bem-estar (reivindicação já bastante sabida nos debates sobre direitos das mulheres), reforça que é indispensável considerar os aspectos referentes à condição das mulheres enquanto agentes. Tal perspectiva interessa e coaduna com a presente análise, vez que, nela mulheres são entendidas como “promotoras dinâmicas de transformações sociais que podem alterar a vida das mulheres e dos homens” (*op. cit.*, p. 211).

À exemplo, por ocasião da celebração dos 35 anos da promulgação da Constituição Federal de 88 no Brasil, celebrada em outubro deste ano (2023), uma fotografia chamou atenção. Nela, deputadas e senadoras da atual legislatura se uniram no alto da rampa do Congresso Nacional (à despeito de suas distinções partidárias e/ou ideológicas), para homenagear a “Bancada do Batom” (Figura 6). Foi assim que ficou conhecido o grupo de mulheres deputadas contituíntes à epoca da elaboração da (apelidada) Constituição Cidadã de 88 (Figura 7).

Figura 6 – Foto em homenagem à “Bancada do Batom”



Fonte: Agência Câmara de Notícias, foto de Gustavo Bezerra/Liderança do PT

Figura 7 – Bancada do Batom (mulheres constituintes de 1988)



Fonte: Agência Câmara de Notícias, foto do acervo Câmara dos Deputados

Antes disso, a participação direta de mulheres na elaboração da constituição brasileira tinha ocorrido apenas em 1934, com a deputada Carlota Pereira⁵². A “Bancada do Batom” foi uma aliança suprapartidária criada para garantir e ampliar direitos no texto que estava sendo formulado. Na época, dentre os 559 integrantes da Assembleia Constituinte, apenas 26 eram mulheres.⁵³ À título de curiosidade, duas dessas, são atualmente igualmente parlamentares eleitas na Câmara dos Deputados, Benedita da Silva, do PT do Rio de Janeiro (Figura 8) e Lídice da Mata, do PSB da Bahia (Figura 9).

⁵² Lobby do Batom: marco histórico no combate a discriminações. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2018/03/06/lobby-do-batom-marco-historico-no-combate-a-discriminacoes>>. Acesso em 20/10/2023

⁵³ Deputadas recriam foto histórica da "bancada do batom", feita na promulgação da Constituição de 88. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/1004029-deputadas-recriam-foto-historica-da-bancada-do-batom-feita-na-promulgacao-da-constituicao-de-88/>>. Acesso em 20/10/2023

**Figura 8 – Benedita da Silva
Deputada Federal (PT-RJ)**



Fonte: Agência Senado, foto por Geraldo Magela

**Figura 9 – Lídice da Mata
Deputada Federal (PSB-BA)**



Fonte: Agência Senado, foto por Marcos Oliveira

A bancada contou com apoio e colaboração de mais de duas mil mulheres entre ativistas, acadêmicas, trabalhadoras domésticas e rurais, advogadas, feministas, professoras, religiosas etc, que juntas redigiram a “Carta das Mulheres Brasileiras aos Contituintes”. A carta repleta de reivindicações e sugestões norteou o então denominado “lobby do batom”, que foi instaurado para revindicar no texto constitucional não apenas direitos diretamente relativos às mulheres, mas tantos outros.

Alguns exemplos fruto do empenho da bancada no texto consitucional são: a igualdade jurídica entre homens e mulheres; a ampliação dos direitos civis, sociais e econômicos das mulheres; a igualdade de direitos e responsabilidades na família; a definição do princípio da não discriminação por sexo e raça-etnia; a proibição da discriminação da mulher no mercado de trabalho; o estabelecimento de direitos no campo da reprodução⁵⁴; a licença-maternidade de 120 dias; o direito à creche para criança; eliminada a figura do homem como chefe da relação conjugal; o dever do Estado de coibir a violência doméstica e familiar; para as mulheres rurais, o direito à titularidade da terra; para as mulheres presidiárias, o direito de amamentar os filhos⁵⁵ etc.

Ainda que não seja enfoque nesta pesquisa, exemplos como o acima igualmente corroboram debates sobre o aspecto qualitativo da presença de mulheres na política institucional. Vários outros acrescentam o argumento de que a ausência das mulheres na política tampouco se encontra justificada numa suposta menor efetividade deste grupo. Por exemplo, ao analisar as legislaturas de 1991 a 2019 no Brasil, sobre o caráter qualitativo da participação

⁵⁴ Idem item 38

⁵⁵ Idem item 39

das parlamentares, Grangeiro conclui que “os resultados apontam uma maior eficiência das mulheres na produção de leis em comparação aos homens, em especial em temas relacionados à saúde, educação, direito de família e direitos humanos” (2021, p. 07). Não somente, mas também quanto ao aspecto quantitativo, ressalta que “em determinadas legislaturas, como a 55^a, as deputadas aprovaram três vezes mais proposições que os homens” (*op. cit.*, 2021).

Noutro exemplo, as autores Fabrício, Ferreira e Borba (2020) investigaram o gerenciamento de governos frente à pandemia do Covid-19, a partir da observação de que entre os países com respostas mais positivas no enfrentamento à doença, parte deles eram governados por mulheres. Ao comparar as práticas de prevenção em países com menores números absolutos de casos da doença e menores índices de contágio, constataram que, apesar de serem minoria entre os governantes dos países da amostra (menos de um terço tinham mulheres governantes), os países por elas governados obtiveram “ótimos resultados e baixos índices de contágio e letalidade” (2020, p. 408).

Similarmente, Campos e Miguel (2008) analisaram os discursos proferidos no plenário da Câmara dos Deputados durante as sessões dedicadas ao Dia Internacional da Mulher entre 1975 e 2006. Os autores levantaram que “quase todas as mulheres que nelas [nas sessões analisadas] discursaram fizeram alguma referência às temáticas relacionadas a gênero, enquanto três quintos dos homens não fizeram qualquer menção”, e obtiveram como resultado “uma alta correlação entre o percentual de mulheres na Câmara e o percentual de discursos sobre o tema [questões de gênero] proferidos por deputados e deputadas ($r = 0,961$)” (CAMPOS e MIGUEL, 2008, p. 490).

É possível, a partir dos exemplos acima apresentados, lançar a hipótese de que a presença de mulheres enquanto agentes nos espaços políticos é capaz de suscitar outras interpretações e, conseqüentemente, rearranjar algumas dinâmicas, de maneira que, em sua ausência, talvez não seriam supostas. Essa observação é relevante para ressaltar o tema e a discussão conceitual que serão desenvolvidos nas seções a seguir.

2.2 Assimetria de raça nos espaços políticos

Há outro elemento para além do gênero que atravessa a observância da política no Brasil: a disparidade de raça na democracia brasileira. Também em caráter de desigualdade, visto o diagnóstico de uma política que é majoritariamente branca (PAIXÃO, 2004), “a prolífica bibliografia sobre os mecanismos que levam a sub-representação feminina, contrasta com o

reduzido número de trabalhos dedicados a entender a marginalidade política dos negros brasileiros” (CAMPOS e MACHADO, 2015, p. 121).

Há vasta prospecção sobre a assimetria de gênero na política, como por exemplo, pelo viés do acesso e usufruto de direitos básicos por homens e mulheres, ou pelo viés que Araújo (2012) privilegia, sobre a “dicotomia entre público e privado” que delineou a experiência coletiva dos indivíduos. Pelo critério do exercício da cidadania (negada historicamente às mulheres, pois essas foram por muitos anos limitadas à experiência do espaço privado), a autora explana:

Para que alguns pudessem ser livres e exercer a igualdade no trabalho e na política, outros necessitavam preservar esse lugar particular que sustentava o refazer do cotidiano – lugar, porém, que exigia um contrato, implícito, de sujeição de um sexo ao outro [...] (ARAÚJO, 2012, p. 159).

Em constatações talvez mais pujantes, se dá a ausência política de negros e negras que, de acordo com Campos e Machado (2015), encontra como primeiro desafio a própria “falta de dados sobre raça/cor dos candidatos” pelo fato de que “a politização da desigualdade racial é bem mais recente que a politização da desigualdade de gênero” (2015, p. 122). À título de exemplo, dados sobre autodeclaração de raça/cor dos candidatos(as) a Deputado Distrital pelo DF só estão disponíveis a partir das eleições gerais de 2014⁵⁶, o que denota a dificuldade de acesso à essa informação em períodos de eleições anteriores.

As figuras abaixo (Figuras 10, 11 e 12) permitem contrastar dados sobre percentuais de eleitos por município nas eleições de 2020 por critério de raça/cor (brancos, pardos ou pretos) e gênero (homens ou mulheres).

Figura 10. Percentual de homens brancos eleitos em 2020 por município

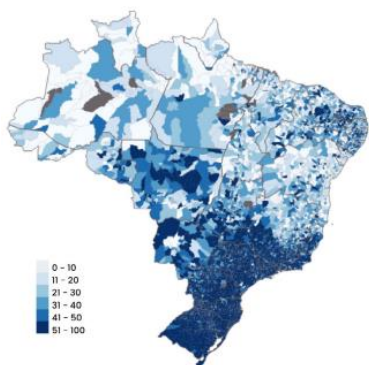


Figura 11. Percentual de homens pardos eleitos em 2020 por município

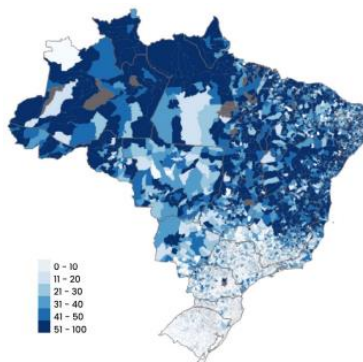
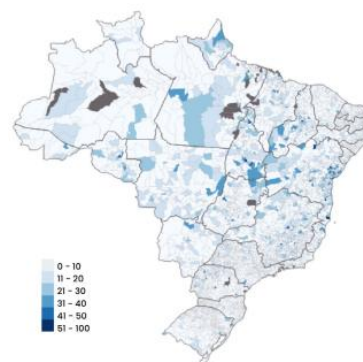


Figura 12. Percentual de homens pretos eleitos em 2020 por município



Fonte: nota técnica “Cidades, raça e eleições: uma análise da representação negra no contexto brasileiro”, elaborado com base em dados do TSE (2020), FGV, 2022

⁵⁶ Disponível em: <<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>>. Acesso em: 03/04/2023

Sobre a raça/cor de homens eleitos, constatou-se expressiva votação de homens brancos (51% a 100% entre os eleitos), demarcada pela cor azul mais escuro, concentrada especialmente nos municípios da região Sul e parte da região Sudeste e Centro-Oeste do país (Figura 10). Concentrada sobretudo nas regiões Norte, Nordeste e parte do Centro-Oeste, apresenta-se expressiva votação de homens pardos (51% a 100% entre os eleitos), demarcada também pela cor azul mais escuro (Figura 11).

Em contraste deflagrado pela mudança de cor no mapa, em dois tons de azul mais claro (que indicam percentuais de 0 a 10% e de 11% a 20%), estão espalhados os dados acerca da eleição de homens pretos – em todas as regiões do país (Figura 12). Vale ressaltar que esse estudo admite que, para uma análise mais acurada, reconhece-se que seria necessário comparar esses dados de modo proporcional à população separada por raça/cor de cada município ou região do país, visto que a população preta no Brasil é 10,2% (IBGE, 2022) do total.

Sobre a raça/cor de mulheres eleitas, constatou-se:

Figura 13. Percentual de mulheres brancas eleitas em 2020 por município

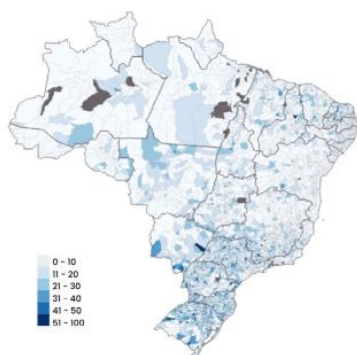


Figura 14. Percentual de mulheres pardas eleitas em 2020 por município

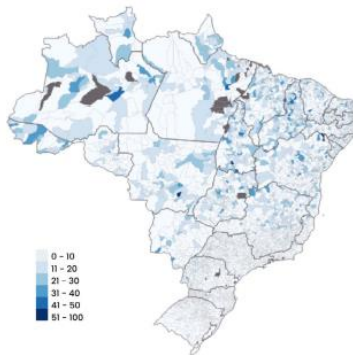


Figura 15. Percentual de mulheres pretas eleitas em 2020 por município



Fonte: *op. cit.*

A respeito da raça/cor de mulheres eleitas, é nítida logo à primeira vista a discrepância em relação com as figuras da eleição de homens, retratada pela ausência, em todo território nacional, de demarcadores nas cores mais escuras da legenda. Sobre a eleição de mulheres brancas (Figura 13 acima) pode-se ainda identificar espalhada pelo território, mas mais demarcada na região sul, faixas das cores de azul claro e médio (apontando 11% a 20% e 21% a 30% de eleitas).

Similarmente, sobre as mulheres pardas eleitas (Figura 14), pode-se identificar as mesmas faixas de cores (apontando 11% a 20% e 21% a 30%) acanhadamente aparentes nas

regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste e parte da região Sudeste. Há disparidade maior quando observada a Figura 15 acima em que, no território como um todo, a cor que predomina para sinalizar o percentual de mulheres pretas eleitas é o tom mais claro da legenda, aquele que informa de 0 a 10%. Como dito anteriormente, admite-se a importância de atrelar a esses dados (de eleição de homens pretos) os dados sobre a porcentagem de homens pretos nesses municípios e regiões, para somente assim poder estabelecer uma correlação precisa.

Corroboram tais representações gráficas uma análise publicada pelo site G1 que estabelece o “perfil médio dos 513 deputados federais eleitos em 2022”⁵⁷ segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). De acordo com o site, o perfil médio do parlamentar eleito possui as seguintes características: é homem, branco, casado, com ensino superior completo, 49 anos e patrimônio médio avaliado em 3 milhões de reais. Não somente, mas tal perfil “é bastante semelhante aos[sic] dos candidatos eleitos em 2018” e, estatisticamente, “a predominância continua sendo do homem (82%) que se declara branco (72%), casado (70%) e com ensino superior completo (83%)”⁵⁸.

Também ratificam os dados acima, os gráficos do Perfil dos Eleitos Nas Eleições de 2022 do INESC (Instituto de Estudos Socioeconômicos)⁵⁹ que, baseado em dados do TSE, informam que a composição do Senado Federal após as eleições de 2022 era 61% de homens autodeclarados brancos, 16% de homens autodeclarados pardos, 11% de mulheres autodeclaradas brancas, 7% de homens autodeclarados pretos, 3% de homens autodeclarados indígenas, 1% de mulheres autodeclaradas pardas e 1% de homem que não informou dado de raça.

Indagar sobre esses e outros cenários de assimetrias nas arenas políticas brasileiras, ancorada no debate sobre desigualdades de gênero e raça no Brasil, leva a um arcabouço temático que é, em mesma medida, complexo (porque remonta ao processo de colonização do país), multifacetado (porque agrega facetas sociais, econômicas, culturais, subjetivas, espaciais etc.) e inadiável (porque os números confirmam urgência no trato com a vida de mulheres e pessoas negras no Brasil).

A título de exemplo, os próprios termos comumente utilizados para a categorização de cor/raça (pardo, preto e negro) têm sido problematizados por estudiosos (OLIVEIRA, 2004;

⁵⁷ “Perfil médio do deputado federal eleito é homem, branco, casado e com ensino superior”, do portal G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/eleicao-em-numeros/noticia/2022/10/05/perfil-medio-do-deputado-federal-eleito-e-homem-branco-casado-e-com-ensino-superior.ghtml>. Acesso em 10/12/2023

⁵⁸ Idem

⁵⁹ Perfil dos Eleitos Nas Eleições de 2022, do INESC. Disponível em: <<https://www.inesc.org.br/wp-content/uploads/2022/11/Eleicoes-2022-Perfil-dos-Eleitos-1.pdf>>. Acesso em 20/01/2024

CAMPOS, 2013; LOPES, 2014 e 2017). A classificação de cor/raça utilizada pelo IBGE, e a mais comumente utilizada para autodeclaração em pesquisas em geral, distingue o total da população negra brasileira entre aqueles autodeclarados pretos ou aqueles autodeclarados pardos. Essa separação tem objetivo de abranger a diversidade racial da população brasileira, levando em conta as diferentes tonalidades de pele e origens étnicas.

De acordo com critérios adotados pelo IBGE, pretas são pessoas de pele preta, com traços fenotípicos de afrodescendentes, enquanto pardas são pessoas caracterizadas por mistura de características raciais como negras, brancas e indígenas. Sobre essa distinção, a doutora em Estudos de Gênero, Mulheres e Feminismos da UFBA, Carla Akotirene, acrescenta: “Preta é subgrupo de cor que não sofreu miscigenação, dentro da Raça” e alerta para a utilização equivocada dessas categorias que, quando mal-entendidas e mal utilizadas, “prejudicam os indicadores sociais e a coleta do quesito cor nos equipamentos públicos”⁶⁰.

Em crítica à despolitização do termo “pardo”, Akotirene reflete sobre epistemicídio, que é o processo de invisibilização dos conhecimentos e culturas não hegemônicas. Em postagem em suas redes sociais, a autora, sob o apelo “Devolvam o pardo ao movimento Negro!!!”, explica:

[...] acredito que na luta antirracista do Brasil o termo ‘Pardo’ vem sofrendo morte violenta na raiz política e filosófica de onde parte: Movimento Negro. [...] Depois de 25 anos juntando pretos e pardos para dimensionar o tamanho da população negra, surge nas redes sociais uma geração de ‘NeoPardos’ – pardos não negros. Arrumem outro termo para vocês serem vistos fora da brancura brasileira [...]. O pardo brasileiro é negro. Tem fenótipo africano. (AKOTIRENE, 2023)⁶¹

Em debate anterior, a pesquisadora reforça sobre a importância dos demarcadores:

A nossa militância antirracista, sobretudo a partir da década de 90, foi exitosa na capacidade política de resgatar a identidade negra daqueles e daquelas que tinham passabilidade⁶² de cor imposta pelas facetas do racismo. Ou em razão destas mestiçagens preferiam não se autoafirmarem como negros. Mas o problema é que a política pública precisa de categorias objetivas. [...] a população negra resulta da soma de pretos e pardos. Se uma pessoa (não preta) acha que pardo é cor de papel, ela pode até está [sic] certa, porém, ao responder para o Censo uma cor incabível a sua realidade social, há, sobremaneira, impacto no papel do Estado regular as relações sociais. [...] Existem intersecções que nos diferenciam internamente. (AKOTIRENE, 2020)⁶³

⁶⁰ Carla Akotirene em 05/2023 em resposta a cantora parda que se autodeclarou preta.

⁶¹ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/CtbycvTrl4K/?utm_source=ig_embed&ig_rid=37ce1290-fe7b-4f29-8f2d-560c543f447f>. Acesso em 21/01/2024

⁶² O termo “passabilidade” significa “passar-se por”, e é utilizado quando uma pessoa passa por membro de um grupo ou categoria identitária diferente da sua (por exemplo, uma pessoa parda que passa por branca, uma pessoa trans que passa por cis ou uma pessoa com deficiência que passa por típica etc)

⁶³ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CBq3nFzIPbf/>>. Acesso em 21/01/2024

Também destaca-se como exemplo a perspectiva de Sanzio (2023) (por ocasião de aula *on-line* sob título de “A Espacialidade do Brasil Africano, A Governança Secular Escravocrata”) sobre outro demarcador linguístico que deflagra a segregação racial no Brasil: “esse negócio de ‘minorias’ é uma estratégia estatística perversa”, pois “continuamos assistindo uma ditadura da informação para os Brasis invisíveis secularmente não serem vistos” e “este contexto de controle [...] de um seletivo grupo que acham que tem poderes ilimitados e são donos do país é uma das maiores expressões da nossa democracia incompleta” (SANZIO, 2023).

Diferentes autores e pesquisas buscam analisar os efeitos do racismo, assim como outras razões que possam explicar o quadro desfavorável para negros na política institucional, como por exemplo Paixão (2004), Campos (2013), Campos e Machado (2015), Collins (2019), Machado e Campos (2020), Mulheres Negras Decidem (2020), Tabares, Conceição e Marques (2021), Silva (2022), entre outros(as).

Não somente no meio acadêmico, mas em diversas esferas e exercícios os efeitos do racismo são revelados e denunciados. Abdias do Nascimento, multiartista, professor, ativista e político negro brasileiro, resumiu a demanda por particular observação à condição racial quando, por exemplo, em resposta a um deputado federal sobre o “exagero” de afirmar que negros eram oprimidos, uma vez que a opressão recaía aos pobres, tanto fizesse sua raça/cor, asseverou: “A nossa luta de negro não está desvinculada das reivindicações dos oprimidos deste país. Mas isso não quer dizer que não tenhamos os nossos problemas específicos. Nenhum outro pobre de qualquer outra raça foi escravo por 400 anos aqui no Brasil. Somente nós” (NASCIMENTO em WESTIN, 2021).

Em pronunciamento por ocasião do Mês da Consciência Negra no Senado Federal em novembro de 1991, Nascimento reforçou que é “um eficaz instrumento de poder, dissimular o racismo sob o emblema da pobreza, marginalizando milhões de patrícios e tentando encobrir mais um complicador nas contradições de um país rico e endividado, grande e faminto, belo e doente [...]” (NASCIMENTO, 1991). Enfim, sob tais contradições imbricadas nos mais diversos aspectos socioeconômicos da sociedade brasileira a seção abaixo visa focar a análise às mulheres brasileiras.

2.3 Mulheres na interseccionalidade

“Ver as três parlamentares constituintes aqui me arrepiava. Não foram só deputadas, tiveram uma representatividade incrível para as mulheres.”⁶⁴. O desabafo por ocasião da inauguração da galeria de fotos⁶⁵ é de Jane Marrocos, na época presidenta do Conselho Curador de Cultura da CLDF, agora deputada distrital do DF, eleita em 2022 (única mulher negra entre as deputadas eleitas e uma das participantes desta pesquisa).

Emerge dessa fala a compreensão de que aquelas três mulheres desempenham também alguma importância para outras mulheres. O excerto, ainda que breve e aparentemente pouco complexo, apresenta-nos três objetos: a figura da mulher, a noção de “representatividade” e, sugere-se, o mais popular dos entendimentos sobre o conceito de “representação política”.

Sobre a noção de representatividade implícita na fala da deputada, esta se traduz pela expectativa de uma configuração parlamentar que, em algum grau, seja retrato da sociedade (PITKIN, 1967). Em similar sentido, não faltam exemplos de abordagens advindas, dos mais leigos(as) aos mais peritos(as), que convergem para o mesmo ponto: porque há mulheres na sociedade, então mulheres devem também ser representantes nos parlamentos.

Todavia, dizer sobre “mulheres” apresenta contradições constitutivas, tais quais são encontradas sobre representatividade, como será visto a seguir. Não se trata de uma classificação generalizante, visto que, ainda dentro desse mesmo grupo, há significativas distinções sobre seus contextos e constituição. A começar pela condição da mulher na sociedade, de autoras clássicas à contemporâneas alertam sobre (e combatem) as tentativas de generalização ou neutralização acerca da existência destes sujeitos (BIDASECA e LABA, 2013; LOPES, 2017; COLLINS e BILGE, 2020; BARRANCOS, 2022; entre outras).

Por exemplo, é o que anuncia a já gasta citação de Beauvoir em sua obra *O Segundo Sexo* (1949), “não se nasce mulher, torna-se” (BEAUVOIR, 2008). Assim como é o que Federici expressa ao refazer, em sua obra *Calibã e a Bruxa*, a tese da exploração capitalista, mas pela perspectiva do corpo da mulher, que se distingue de outros porque “o corpo é para as mulheres o que a fábrica é para os homens trabalhadores assalariados: o principal terreno de sua exploração e resistência” (FEDERICI, 2023, p. 34).

É também pela urgência de demais demarcadores teóricos que deem conta das particularidades desses sujeitos/agentes que a socióloga brasileira Heleieth Saffioti, que focou

⁶⁴ Reportagem: “CLDF inaugura galeria fotográfica das 21 deputadas que fizeram história no Legislativo local”. Disponível em <<https://www.cl.df.gov.br/-/cldf-inaugura-galeria-fotografica-das-21-deputadas-que-fizeram-historia-no-legislativo-local>>. Acesso em: 29/12/2022

⁶⁵ *Op. cit.*

esforços sobre a violência contra as mulheres, justifica a predileção pela noção de patriarcado em contrapartida à noção de gênero: “Como isolar o conceito de gênero? Não se deve isolá-lo de seu contexto econômico, social e político. Aliás, eu utilizo cada vez menos esse conceito, porque gênero é um conceito a-político, a-histórico e bastante palatável.” (MENDES e BECKER, 2011, p. 154).

Já sobre a mulher negra na sociedade brasileira, ao deslindar sobre o processo de acumulação no Brasil, Gonzalez conclui: “Ora, na medida em que existe uma divisão racial e sexual do trabalho, não é difícil concluir sobre o processo de tríplice discriminação sofrido pela mulher negra (enquanto raça, classe e sexo), assim como sobre seu lugar na força de trabalho.” (GONZALEZ, 2020, p. 48).

Usando o exemplo do movimento das mulheres negras no Brasil (mais especificamente através do exemplo do Festival Latinidades⁶⁶, realizado desde 2008 em Brasília), Collins e Bilge (2020) apresentam uma das possibilidades do uso da interseccionalidade como ferramenta analítica. No festival, Collins e Bilge (2020) concluíram, “uma série de relações que são vistas em geral como separadas” (*op. cit.*, p. 40) se uniram para “compartilhar estratégias para enfrentar os efeitos do racismo e do sexismo sobre as afro-latinas” (*op. cit.*, 2020).

Clamando pela contextualização da aplicação analítica da interseccionalidade, salientam:

“[...] o compromisso de longa data das afro-brasileiras de desafiar o racismo e o sexismo é reflexo do contexto social específico de suas experiências. Não obstante, o mito da democracia racial e a história específica do Brasil, com escravidão, colonialismo, ditadura e instituições democráticas, moldaram padrões distintos de relações interseccionais de poder quanto a raça, gênero e sexualidade” (COLLINS e BILGE, 2020, p. 41).

A interseccionalidade (mulher, negra e socioeconomicamente desfavorecida), portanto, gera um sujeito/agente particular para o mundo, para o Brasil e para a política brasileira. Nesse sentido, insta declarar que essa pesquisa, compartilha da visão de Akotirene (2019), Collins (2020), Gonzalez (2020), entre outras autoras afro-americanas, latino-americanas e caribenhas, e interpreta a interseccionalidade como um “sistema de opressão interligado” (AKOTIRENE, 2019, p. 15).

⁶⁶ O Festival Latinidades reúne anualmente em Brasília shows, palestras, gastronomia, literatura e exposições de mulheres negras e indígenas. Sua idealizadora foi Jaqueline Fernandes, especialista em Gestão de Políticas Públicas em Gênero e Raça e em Estudos Afro Latino Americanos e Caribenhos. Surgiu em celebração e rito do Dia Internacional da Mulher Negra Latino-Americana e Caribenha, que no Brasil é também Dia Nacional de Tereza de Benguela e da Mulher Negra (25 de julho).

Essa pesquisa, portanto, é inteiramente conduzida pela noção das estruturais desigualdades raciais brasileiras e da urgência do combate ao racismo, enquanto procura manter-se vigilante, sob o risco de incorrer em mero “modismo acadêmico da interseccionalidade” (AKOTIRENE, 2019, p. 16). Almeida (2018), ao resumir o racismo estrutural, assim ressalta: “[...] se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios, a depender ao grupo racial ao qual pertençam” (ALMEIDA, 2018, p. 25). Este estudo, portanto, não se faz furtando-se da noção da influência dessas práticas, que podem ser conscientes ou inconscientes, bem como das consequentes vantagens ou privilégios sobre a pesquisadora, a pesquisa em si, e o fenômeno que aqui é analisado.

Por essa mesma razão, da impossibilidade de resumir a experiência feminina a uma categorização que as neutraliza, que nesta pesquisa utiliza-se da noção de feminismos, no plural, da mesma maneira que o próprio título de obra renomada de Gonzalez (2020), “Por um feminismo afro-latino americano”, declara ser necessário reconhecer as especificidades e não homogeneização do movimento feminista. Sobre o Brasil, a autora analisa “destacando a ênfase colocada na dimensão racial [...], dentro do movimento de mulheres, as negras e indígenas são o testemunho vivo dessa exclusão” e destaca também “a aproximação, solidariedade e respeito à diferença por camaradas brancas efetivamente comprometidas com a causa feminista” (GONZALEZ, 2020, p. 126).

Similarmente, Collins (2019) trata em sua obra “O pensamento feminista negro” de características distintivas do movimento. Segundo a autora, tais distinções devem ser feitas tendo em vista que “a ideia de interseccionalidade se refere a formas particulares de opressão interseccional” e que “a opressão não é redutível a um tipo fundamental” (COLLINS, 2019, p. 57). Apesar de citar os problemas desde a designação de termos linguísticos que definam o movimento feminista negro, Collins afirma “[...] talvez seja mais útil revisitar as razões pelas quais o pensamento feminista negro existe” (2019, p. 68) e, para isso, discorre sobre seis características que distinguem o pensamento feminista negro.

Imbuída da mesma percepção, Barrancos (2022) em sua obra “História dos feminismos da América Latina” distingue e destrincha “Feminismos no México, na América Central e no Caribe” e “Feminismos na América do Sul”. Sobre a necessidade de fazer a distinção, a autora justifica: “o feminismo é uma corrente de pensamento e de ação política cujo objetivo central se sintetiza na conquista da igualdade de direitos para as mulheres” que “se manifestou por meio de diversos movimentos e de distintas fórmulas metodológicas” e, portanto, “é

conveniente nos referirmos no plural aos ‘feminismos’ para apresentar as agências que batalharam para tornar possíveis as mudanças da condição subalterna forjada pelo sistema patriarcal” (BARRANCOS, 2022, p. 13).

Enfim, por entender que uma das figuras que intermedia a relação entre as sociedades e a política é o representante político, é fundamental acrescentar ao debate encampado até agora uma análise sobre o conceito. E assim como nos temas acima apresentados, esse estudo pressupõe que a representação política também não é neutra ou generalizável. Procurar entender o que é representação política (suas interpretações e realidades empíricas) é basilar para passos futuros no esforço de versar sobre candidaturas e supostos mandatos desses sujeitos/agentes: mulheres negras socioeconomicamente preteridas. Mais além, é também de interesse aqui analisar o panorama acima descrito sob a ótica interpretativa da ciência geográfica.

2.4 Representação política e o cenário de sub-representação

Buscar compreender a diversidade semântica e prática (sempre em processo) do fenômeno da representatividade política é importante para esse trabalho, pois é a representação política a prática que toma o “cidadão como um mediador [entre Estado e sociedade] por excelência” (ARAÚJO, 2012, p. 149). Além disso, a democracia nesse estudo é interpretada como “processo inerentemente inacabado, como um projeto reflexivo e produtor de antinomias sempre geradoras de conflitos” (ROSANVALLON, 2011, p.74 apud ARAÚJO, 2012).

Como exemplo, versando sobre a teoria e a prática da representação política, Archanjo (2011) analisa a participação de deputados federais e senadores no debate sobre a instituição do divórcio no Brasil nas décadas de 1950, 1960 e 1970. A partir da tipificação proposta por Cotta (1998), de três modelos interpretativos (1. Representação como relação de delegação; 2. Como relação de confiança e 3. Como “espelho” ou representatividade sociológica), a autora observa que “o que [os parlamentares] entendiam por representação” e “a quem entendiam ou pretendiam representar” (ARCHANJO, 2011, p. 65) não era uma constante. E não só, mas influenciavam suas conceitualizações e foram elementos de sua retórica (a defesa ao voto que dariam) e ação (o voto em si) dos então parlamentares.

Foi justamente por sua popularidade, plasticidade e complexidade que o conceito de “representação” rendeu à literatura muitos esforços na tentativa de defini-lo. Pitkin (1967) se debruça numa obra integralmente dedicada a uma só palavra, ou melhor dizendo, uma palavra, mas jamais um mero detalhe, afinal, para os cientistas sociais “elas são as ferramentas de seu ofício e uma parte vital de seu assunto” (PITKIN, 1967, p. 01, tradução nossa).

Categorizando o conteúdo moral e normativo das interpretações de representação política, Pitkin (1967) sugere uma subdivisão em quatro diferentes formas: a visão formalística de representação; a representação simbólica; a representação descritiva ou espelho; e a representação substantiva. Além disso, autora conclui declarando aquela que julgou ser o modelo ideal (a substantiva). Antes, todavia, ressalva que nem sempre o vocábulo teve relação com democracia (PITKIN, 1967).

Sobre os primórdios do termo, ressalta que *representare* para os romanos era usado no sentido de tornar presente, “trazer à presença algo previamente ausente” (PITKIN, 1967, p. 03, tradução nossa), como um escultor que traz e encarna a coragem ou o medo ao mármore. Ao remontar à Idade Média, sobretudo no contexto inglês, relata que cavalheiros e burgueses quando chamados ao encontro do rei, inicialmente o faziam por imposição, inclusive, muitas vezes a contragosto (PITKIN, 1967, p. 03).

Foi com o passar do tempo que essa prática e esse papel se tornaram “dispositivo para promover interesses locais, como um controle sobre os poderes do rei” (*op. cit.*, tradução nossa, p. 3). Todavia, a popularidade e polissemia conferida ao conceito, atualmente, tem razão justamente nas ideias espalhadas sobre democracia, liberdade e justiça.

Dessa forma, hoje se pensa a representação como um conceito de sociedades modernas, que grandes e articuladas passaram a demandar por instituições e práticas representativas (PITKIN, 1967). Sobre o desenvolvimento destas sociedades, Cotta explicita “o fim da representação por camadas sociais, o sufrágio universal, a presença dos partidos de massa” (COTTA, 1998, p. 1101) como elementos que levaram a mudanças expressivas nas instituições e nos sistemas políticos.

Apesar das contradições constitutivas sobre a representação política [e das alegações sobre a incompatibilidade entre representação e a democracia autêntica, rebatidas por Young (2000)], há por certo a garantia de que ela é a goma de aderência da sociedade moderna à democracia, e vice-versa. Para Young, “nas grandes sociedades de massa a representação e a participação se requerem uma à outra para que haja uma política plenamente democrática” (YOUNG, 2000, p. 143).

Cotta (1998), ao tratar das divergências semânticas do termo, conceitua: “substituir, agir no lugar de ou em nome de alguém ou de alguma coisa; evocar simbolicamente alguém ou alguma coisa; personificar” (1998, p. 1102). Além disso explana que em línguas europeias o verbo “representar” e o substantivo “representação” se aplicam a um universo muito vasto e variado de experiências empíricas. Segundo ele, é compreensível, dada a polivalência da

palavra, que em se tratando daquela representação específica que é a representação política, se evoque automaticamente uma multiplicidade de significados (COTTA, 1998).

É importante, portanto, salientar que desvelar o conceito de representação demanda também circunscrever as diversas subjetivações sobre o que é e o que faz um representante. Isso, indispensavelmente, leva a ponderar também sobre seu exercício. Noutras palavras, a chave sobre como se compreende representação diz respeito igualmente a maneira que atuam, de quais estratégias lançam mão para tornarem-se tal, qual relação é estabelecida (ou passível de ser) entre representante e representados(as) etc.

2.4.1 Representação formalística

Primeira dentre as quatro concepções apresentadas na obra, a *visão formalística* é a que define representação “em termos de dar e obter autoridade”, na qual “o representante é alguém que foi autorizado a agir” (PITKIN, 1967, p. 38, tradução nossa). O imbróglio encontra-se no fato de que, a partir desse entendimento, uma vez que a autoridade foi concedida pelo representado, este assume a responsabilidade pelas consequências dos atos do representante.

Para Pitkin, o espectro dos assuntos políticos, ou seja, as questões que farão parte das ações do representante (suas pautas, temas para deliberação, agendas, votações, etc.), também condicionarão a visão do que é o(a) representante (PITKIN, 1967). Nesse sentido, para a autora, à medida que interesses são compreendidos como temas objetivos, explícitos e diretos, mais fácil é para um representante defender o interesse dos interessados sem a precisão de consultá-los.

Então, numa ótica quase que utilitarista da função da representação política, os que assim interpretam-na, por vezes, agem inclusive de maneira a persuadir representados por outros interesses, contrários aos seus desejos (PITKIN, 1967). Por exemplo, sob a alcunha de paternalistas, sabe-se de representantes políticos que, ao longo da história, limitaram ou falsearam a autonomia e liberdade de seus representados sob aparência e justificativa de “ser para seu próprio bem”⁶⁷.

Pitkin (1967) aponta que sob a égide de teorias conservadoras burkeanas – referência a Edmund Burke⁶⁸ – representantes não necessariamente precisariam retratar, atender ou consultar o grupo de representados. Numa relação hierárquica sobre conhecimento e capacidades, Burke, por exemplo, entendia o representante como superior (mais sábio e racional).

Esse debate expressa como, a depender de como o teórico(a) conceba as habilidades e capacidades de representante e representado(a), aparecem divergentes visões sobre o significado e a atuação da representação política. Sobre as teorias burkeanas, Pitkin compara: [é como um] “expert decidindo questões técnicas e tomando conta das massas ignorantes como um pai/mãe toma conta de um filho” (PITKIN, 1967, p. 44, tradução nossa).

Nesse sentido, situa-se também a crítica da autora a Hobbes que defende que “todo governo é um governo representativo na medida em que representa seus súditos” (PITKIN, 1967, p. 04, tradução nossa). Famoso também pela analogia figurativa que dá nome a uma de

⁶⁷ Para melhor analisar o vocábulo, “paternalista”, e o debate concernente, consultar Negro (2004).

⁶⁸ Edmund Burke (Dublin, Irlanda, 1729 – 1797), filósofo, teórico político e escritor irlandês, defensor dos princípios constitucionalistas do liberalismo e propulsor do pensamento conservador

suas mais famosas obras, o *Leviatã* é a primeira dentre as obras de Hobbes a expressamente pautar a representação. Nele, evidencia no capítulo intitulado “Das pessoas, autores e coisas personificadas” a distinção entre pessoa natural, aquela “cujas palavras e ações são consideradas como as suas próprias”, e pessoa fictícia ou artificial, quando é considerada “como representando as palavras e ações de um outro” (HOBBS, 2003, p. 138).

Hobbes diz sobre a pessoa artificial que, “em certos casos, algumas das suas palavras e ações pertencem àqueles a quem representam” (HOBBS, 2003, p. 138) e, assim, age enquanto ator que atua por autoridade ou mandato. Ele explica: “de modo que por autoridade entende-se sempre o direito de praticar qualquer ação, e feito por autoridade significa sempre feito por comissão ou licença daquele a quem pertence o direito”, que é “o direito de fazer qualquer ação” (*op. cit.*, 2003, p. 138).

Segundo Pitkin, entre os que discordam de Hobbes, despontam acusações como as de que governos, na realidade, manipulam a compreensão da população, e como prova, apresentam o fato de que até governos autoritários possuem autodeclarados “representados”. Como exemplo, um dos discursos apresentados por Archanjo (2011) era o do então deputado Fernando Ferrari, que nitidamente descolava-se dos representados ao declarar:

Entendo que ser político é ser soldado da Pátria, estando a seu serviço e, como tal, deveremos votar e agir como legisladores da nacionalidade e não deste ou daquele grupo social, atingido em determinado momento pela incompreensão ou pelo desajustamento⁶⁹ (FERRARI, 1952 apud ARCHANJO, 2011, p. 76).

A referência à patente militar “soldado” remete a outros eventos passíveis de serem comparados, como o fato de haver, por exemplo, governos autoritários diretamente eleitos, o que reitera Pitkin (1967) quando diz que mesmo nestes casos há aqueles que se entendem representados. Tais aspectos reiteram essa que ela cunhou por visão *formalística da representação*, cujas características básicas deflagram a argumentação hobbesiana.

Noutro exemplo, é comum no Brasil ouvir dizer sobre um estado, município ou país que “merece o representante que tem”. A frase vem geralmente carregada de um tom pejorativo que subtende que (1) há determinado grau de homogeneidade entre os representados do lugar e como votaram, (2) a razão pela decisão de um voto é óbvia, pouco complexa e não multifatorial e que (3) de alguma maneira, é justificável o mau exercício da representatividade e a culpa é inteiramente de quem elegeu o mau representante.

⁶⁹ Discurso de do deputado Fernando Ferrari proferido em 12/06/1952 disponível nos Diários da Câmara dos Deputados.

O chavão, em suas entrelinhas, declara justamente a noção de desresponsabilização do representante e desconsidera que, pessoas se sentem representadas por critérios diversos (moral, estético, substantivo, objetivo, subjetivo etc.). É uma interpretação amplamente enunciada, ainda que pouco explicativa, uma vez que diz respeito a uma visão particular, a formalística, em que as responsabilidades e deveres de um representante devam ser assumidas pelos representados(as), já que estes concederam carta branca àqueles.

O diagnóstico de Pitkin é que, nesse caso, enquanto as responsabilidades do representante são reduzidas, seus direitos são ampliados. Como quem concede ou ganha um “voto de confiança”, a representação formalística se faz repleta de sentido antes mesmo da atuação representativa em si começar, daí seu nome indicar o aspecto protocolar, da formalidade em si. Como a oferta de uma carta branca (ou uma “caixa preta”), pois “na medida em que ele foi autorizado, dentro dos limites de sua autoridade, tudo que um homem faz representa” (PITKIN, 1967, p. 39, tradução nossa).

Segundo a autora, para teóricos da democracia representativa que operam pela lógica da autorização, “as eleições se tornam critério crucial, e são vistas como a concessão de autoridade dos eleitores aos parlamentares eleitos” (PITKIN, 1967, p. 43, tradução nossa). Tal modelo “atribui ao representante uma posição de autonomia e supõe que a única orientação para sua ação seja o interesse dos representados como foi por ele percebido” (COTTA, 1998, p. 1102).

2.4.2 Representação simbólica

A segunda tipificação de representação política destacada pela autora, chamada de *representação simbólica*, é também dita “simbolização”. Ela diz respeito aos sentimentos e às atitudes do representante com os representados, não por uma suposta semelhança (expectativa da representação espelho ou descritiva, a serem pormenorizadas à frente) ou uma conexão substantiva (esperado sobre a representação substantiva, também a ser detalhada adiante). Essa relação se pauta pelo que o representante simbolicamente instiga, pelo que é estimado ou se apresenta digno de representar. O privilégio neste caso está no “poder de evocar sentimentos ou atitudes”, como por exemplo, um rei numa monarquia constitucional. Neste caso, para muito além do que é ou faz, interessa sua figura ou o que incorpora simbolicamente, tal qual pode um objeto inanimado significar e simbolizar, como é o exemplo das bandeiras (PITKIN, 1967, p. 93).

A autora destaca que alguns estudantes de representação tendem a associar a representação simbólica à personificação, atrelando a crenças religiosas e afins. Se tomamos à memória discursos costumeiramente vistos na política nacional, em que parlamentares

autoproclamam-se “escolhidos de Deus”, por exemplo, se pode supor que há um apelo pela concessão de autoridade pela simbologia que transfiguram. “Para Bolsonaro, perder para Lula é deixar de ser escolhido de Deus”⁷⁰, ‘Michelle cita "Deus" 29 vezes e dá tom messiânico à convenção de Bolsonaro: "O escolhido”⁷¹, “Michelle Bolsonaro: A trajetória da primeira-dama que promete 'Jesus no governo' em cruzada por Bolsonaro entre evangélicas”⁷² são exemplos de manchetes que circularam durante a corrida eleitoral à presidência do Brasil em 2022.

O ex-presidente do Brasil, mandatário entre 2019 e 2022, Jair Messias Bolsonaro, por inúmeras vezes propositalmente lançou mão do fato de ter “Messias” em seu sobrenome para aludir à denominação que cristãos comumente usam para referirem-se a Jesus Cristo. Nesta e noutras manobras tais quais, identifica-se um apelo figurativo, alegórico, suprimindo a importância sobre seu papel, obrigações ou atuação de fato (PITKIN, 1967, p. 113).

Archanjo (2011) ressalta, analisando o debate sobre a instituição ou não do divórcio no Brasil, que: “dentre os grupos de eleitores que frequentemente enviavam manifestos aos parlamentares [...] um destacava-se. A Igreja Católica pode ser facilmente identificada como um grupo que estava sempre presente [...] e exigindo fidelidade à ‘natureza católica’ do Brasil” (2011, p. 70). O excerto subtende não só o caráter simbólico, mas também o entendimento de que este grupo é, em alguma medida, retrato do Brasil.

2.4.3 Representação descritiva (ou espelho)

Sobre essa interpretação, Pitkin apresenta a terceira tipificação: *a representação descritiva ou espelho*. Ela se traduz pela expectativa de uma configuração parlamentar que, em algum grau, seja retrato da sociedade (PITKIN, 1967). Em similar sentido, não faltam exemplos de abordagens advindas, dos mais leigos(as) aos mais peritos(as), que ao defender maior representatividade de mulheres convirjam para o mesmo ponto: porque há mulheres na sociedade, então mulheres devem também ser representantes nos parlamentos.

Como o próprio nome deflagra, diz sobre a expectativa por representantes que reflitam (como um espelho) e/ou descrevam na configuração parlamentar uma reprodução fidedigna da composição demográfica da sociedade. Nesse sentido, uma das formas de interpretar a representação política é a que, numa sociedade diversa, em proporção similar nas arenas deliberativas diretamente eleitas, deve haver representantes que retratem o grupo que representam sociologicamente (SANTOS e AZEVEDO, 2024). A figura abaixo (Figura 16),

⁷⁰ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2022/10/para-bolsonaro-perder-para-lula-e-deixar-de-ser-escolhido-de-deus-diz-christian-lynch.shtml>>. Acesso em 27/03/2023

⁷¹ Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/opiniao/2022/7/25/michelle-cita-deus-29-vezes-da-tom-messinico-conveno-de-bolsonaro-o-escolhido-120665.html>>. Acesso em 27/03/2023

⁷² Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62668831>>. Acesso em 27/03/2023

postagem de candidata que havia acabado de ser eleita em 2022, ilustra de maneira muito explícita essa noção de representação:

Figura 16 – Postagem de candidata eleita em 2022



Fonte: Instagram

Noutras palavras, é a interpretação de que a representação seja, em gênero, ou raça, ou cor, ou ocupação etc. como em uma carta geográfica (COTTA, 1998), uma representação cartográfica, um recorte veraz da população. Paralelamente a Pitkin, Cotta (1998, p. 1102) elenca um de seus três modelos interpretativos de representação política como “espelho” ou como representatividade sociológica. Este “concebe o organismo representativo como um microcosmos que fielmente reproduz as características do corpo político. Segundo uma outra imagem corrente poderia ser comparado a uma carta geográfica.” (COTTA, 1998, p. 1102).

Bobbio, assinala sobre o “duplo significado do verbo ‘representar’ (*agir em nome, por conta de um outro e espelhar uma realidade objetiva*), ao qual correspondem respectivamente os conceitos de representação e espelhamento” (BOBBIO, 2000, p. 704). Conforme nos ilustra o autor, a ambiguidade do conceito é sanada (ao menos teoricamente) na língua italiana pela existência de dois substantivos distintos derivados do verbo representar – fato que não acontece na língua portuguesa ou inglesa (esta predominante em produções politólogas). “*Rappresentanza*”, em italiano, refere-se àquele(a) que age em nome de outrem, ao passo que, “*rappresentazione*” diz respeito àquele(a) que reproduz, reflete ou espelha “simbolicamente, metaforicamente, mentalmente, ou de inúmeros outros modos, uma realidade objetiva” (BOBBIO, 2000, p. 457). A questão das palavras decerto bastaria para teoricamente elucidar as especificidades do exercício da representação, mas Bobbio (2000) aponta que ambos significados são continuamente sobrepostos e confundidos.

Numa tentativa de relação, *rappresentazione* seria o vocábulo em língua italiana que melhor traduziria a tipificação de representação espelho (ou descritiva) apresentada por Pitkin. Trata-se dessa tipologia que possui caráter de fazer-se presente enfocando em um ou outro aspecto sociológico (raça, gênero, classe social, origem etc.), como num quadro ou amostra sociologicamente representativa.

Sem grandes esforços, é possível perceber que essa, inclusive, é uma visão amplamente compartilhada e costuma ser a retórica mais facilmente detectada nas argumentações em defesa da equidade (de gênero, cor, raça, classe etc.) na composição dos parlamentos e demais quadros representativos. Abaixo, exemplares de cartazes de campanhas diversas (Figuras 17 a 21) que advogam por maior representatividade (do tipo espelho) tomando por parâmetro, e retórica, o gênero:

Figura 17 – Campanha do TSE em 2022



Fonte: TSE, 2022

Figura 18 – Campanha do TSE em 2020



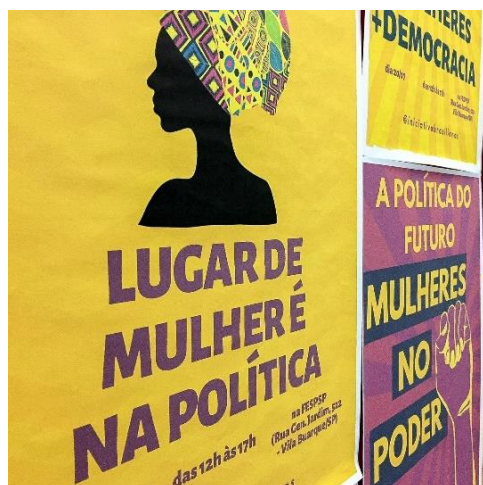
Fonte: TSE, 2020

Figura 19- Campanha Mulheres na Política – a reforma que o Brasil precisa



Fonte: Secretaria da Mulher, Câmara dos Deputados, Procuradoria Especial da Mulher e Senado Federal

Figura 20 – Cartazes de campanha



Fonte: Luiza Pollo/Colaboração para o UOL

Figura 21 – Cartaz da campanha

#ELASNOPODER



Fonte: Elas No Poder, 2020

Na prática da legislação eleitoral brasileira, são inexistentes critérios que garantam a eleição de uma fiel amostra sociológica, contudo, eles são base é para a definição de regras eleitorais. No Brasil (mas também noutras democracias), a aderência às unidades do território nacional (estados, municípios e DF), por exemplo, é o preceito para estabelecer a qualidade e quantidade (quem são e quantos são) de parlamentares eleitos.

Vale exemplificar, que para definir quais e quantas serão as vagas de representantes eleitos ao Congresso Nacional (composto pela Câmara dos Deputados e Senado Federal), o critério estabelecido é a tentativa de espelhamento da divisão territorial brasileira em unidades federativas. Ou seja, regimentado na legislação eleitoral, há a expectativa de reproduzir no parlamento legislativo nacional brasileiro um retrato de sua composição territorial, garantindo representantes dos 26 estados e DF, tendo o aspecto demográfico como parâmetro para o cálculo da quantidade de assentos. Parte-se do pressuposto que pessoas de um determinado estado precisam ser representadas por políticos oriundos do mesmo território.

Porém, o impasse investigado por teóricos políticos é sobre o aspecto qualitativo dessa representação, quer dizer, se espelhar determinado aspecto demográfico e/ou sociológico é garantia de, substancialmente, atuar em nome dos respectivos representados(as). Por essa acepção, quem são [os(as) representantes] não diz, necessariamente, respeito àquilo que fazem [aos representados(as)], e “mais importante do que aquilo que os representantes fazem é quem eles ou elas são” (MIGUEL, 2003, p. 130).

Ou seja, não há (pelo menos à primeira vista) nessa perspectiva, foco alocado sobre o desempenho dos representantes eleitos ou sua atuação diante das agendas políticas. Pelo

contrário, denota-se por vezes implícita nessa concepção que há pautas políticas que tocam uniformemente a todos(as) componentes do recorte sociológico em questão, o que não se comprova na prática.

Por exemplo, as autoras Mariano e Biroli (2017) se debruçaram sobre a “posição e vozes das mulheres parlamentares” em relação ao debate sobre aborto na Câmara entre os anos de 1991 a 2014. Elas assinalaram sobre a guinada de um grupo: “a atuação política das igrejas evangélicas com o crescimento do número de parlamentares ligados a essas igrejas na Câmara dos Deputados” que agiu de maneira a ampliar as “proposições que representam retrocessos na legislação sobre direitos sexuais e reprodutivos” (MARIANO e BIROLI, 2017, p. 4).

Por outro lado, ainda no que diz respeito à discussão no parlamento por parte de grupos religiosos, retomando o parecer de Archanjo (2011) sobre um “grupo de eleitores” que “destacava-se” por ocasião da discussão sobre o divórcio, o grupo de católicos não obteve homogeneidade no entendimento e votação do tema do divórcio, como talvez seria de se supor. O grupo Católicas pelo Direito de Decidir, por exemplo, “é um movimento político de cunho internacional que se articula em ONGs hoje em 12 países pelo mundo” e é formado por “mulheres que são católicas” e propõem “um questionamento sobre determinadas leis eclesiais da instituição, em especial aquelas relacionadas ao aborto, direitos reprodutivos e à autonomia das mulheres sobre o próprio corpo.”⁷³.

A Figura 22 abaixo mostra mulheres manifestantes em agosto de 2018 por ocasião da audiência pública no Supremo Tribunal Federal (STF) que analisava o tema da descriminalização do aborto até a 12ª semana de gestação. Nos cartazes, as frases “Católicas em defesa do Estado laico”, “até Maria foi consultada para ser mãe de Deus” e “Católicas na luta pelo aborto legal e seguro!”.

⁷³ “Católicas pelo Direito de Decidir”. Disponível em: <<https://catolicas.org.br/>>. Acesso em: 20/05/2023

Figura 22 – Católicas pelo Direito de Decidir



Fonte: site do Brasil de Fato⁷⁴

Noutro exemplo de não generalização das agendas políticas, evangélicas integraram em 2019 a 6ª Marcha das Margaridas⁷⁵, cujo lema naquela edição foi “Seguiremos em marcha até que todas sejamos livres. As Figuras 23 e 24 retratam os dizeres de “terrivelmente evangélicas e feministas” e “machismo é pecado”.

Figura 23 – Católicas e evangélicas na 6ª Marcha das Margaridas



Fonte: site do Instituto Humanitas Unisinos⁷⁶

⁷⁴ Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2018/08/06/catolicas-pelo-direito-de-decidir-defendem-descriminalizacao-do-aborto-no-stf>>. Acesso em 10/09/2023

⁷⁵ Marcha das mulheres do campo, da floresta e da cidade que integra a agenda permanente do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (MSTTR) e de movimentos feministas e de mulheres do Brasil e América Latina. Seu nome faz reverência a Margarida Maria Alves, trabalhadora rural e sindicalista brasileira, defensora dos direitos humanos e trabalhista dos trabalhadores do campo, assassinada a tiros na porta de casa, na frente de seu filho e marido, a mando de latifundiários, na Paraíba em 1983

⁷⁶ Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/categorias/604245-catolicas-sim-pelo-direito-de-decidir>>. Acesso em 10/09/2023

Figura 24 – Evangélicas na 6ª Marcha das Margaridas



Fonte: Facebook da Marcha das Margaridas, foto por Fernando Tatagiba⁷⁷

Ao longo dos últimos anos no Brasil, pudemos testemunhar pelas contestações de brasileiros(as), militâncias e diversas organizações políticas, que a homogeneidade das agendas de grupos sociológicos é uma conclusão equivocada. Em outro exemplo de contradições facilmente passíveis de serem identificadas dentro de um mesmo grupo (inclusive ideológico), Akotirene (2019) demarca ao tratar dos movimentos feministas (por essa razão, da não generalização de suas agendas e pautas, nesse texto também usado no plural):

“Enquanto as mulheres brancas têm medo de que seus filhos possam crescer e serem cooptados pelo patriarcado, as mulheres negras temem enterrar seus filhos vitimados pelas necropolíticas, que confessional e militarmente matam e deixam morrer, contrariando o discurso cristão elitista-branco de valorização da vida e contra o aborto – que é um direito reprodutivo. Não havemos de escapar desta encruzilhada teórica.” (AKOTIRENE, 2019, p. 16)

Quer dizer, se na prática um cidadão que detém determinada qualidade sociológica e caracteristicamente representa um grupo social não garante ser representativo dos interesses desse grupo, vale a essa altura elaborar dois questionamentos. O primeiro, que continuará sendo elucidado no texto à frente, é sobre qual o entendimento de representação que se considera. Já o segundo é a indagação sobre quão veraz e factível é a existência de uma pauta comum que atenda integral e satisfatoriamente a determinado grupo social.

2.4.4 Representação substantiva

Dessa maneira, no que diz respeito a pauta, que é o que geralmente conduzirá a prática representativa, a quarta forma de representação (entendida por Pitkin como a ideal) é a *ação*

⁷⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/Marchadasmargaridas?locale=ms_MY>. Acesso em 10/09/2023

substantiva por outros. Retomando e parafraseando Miguel (2003, p. 07), “aquilo que os representantes fazem é quem eles ou elas são”, ou quem são [os(as) representantes] diz, necessariamente, respeito àquilo que fazem [aos representados(as)].

Neste entendimento, importa fazer presente e agir, mas agir no interesse daqueles a quem representa, porque entende a representação como uma atividade. Pitkin argumenta que, diferente das anteriores teorias sobre representação, que não são “como uma atuação para outros, uma atividade em nome de, no interesse de, como agente de outra pessoa” (1967, p. 113), a representação substantiva é.

Se a frase “vote em mulheres” comumente deixa subtender o caráter sociológico pretendido para uma disputa eleitoral, tal qual a expectativa pela representação espelho, o bordão “vote em feministas” (utilizado por exemplo pela campanha Meu Voto Será Feminista⁷⁸) traduz um aspecto para além do descritivo. Vez que “feminismo” e “feminista” tem relação com a práxis, diz sobre o que se diz e faz, a frase tem sido usada para delimitar a faceta substantiva, qualitativa, na escolha por candidatos(as), como os exemplos a seguir (Figuras 25 e 26):

**Figura 25 – Camiseta da marca
Conspiração Libertina, de Brasília**



Fonte: site da marca

**Figura 26 – Bandeira da campanha
Meu Voto Será Feminista**



Fonte: site da campanha

Conforme dito no princípio desta seção, o impasse acerca da conceituação e prática da representação política instigou diversas elaborações no sentido de apontar caminhos de interpretá-la. Desta maneira, em sua defesa pela inclusão de minorias sociológicas, Young se

⁷⁸ Campanha por voto em feministas. Disponível em: < <https://www.meuvotoserafeminista.com.br/>>. Acesso em: 22/05/2023

destaca pela introdução do conceito de *différance* (apoiada em no filósofo francês J. Derrida) que, em resumo, trata da inclusão de diferentes para tornar os parlamentos mais representativos.

Como já discutido, na apresentação da representação-espelho, não há garantia de pauta que contemple integralmente a um grupo social. Sendo assim, esse estudo apregoa ser necessário pensar noutra forma de garantir que, considerada as diversidades dentro destes grupos, eles sejam representados e, naturalmente, passíveis de se tornarem representantes tendo suas múltiplas pautas contempladas. Não somente, mas assume-se também nessa análise o aspecto conflitivo e não coeso da figura e função do representante.

2.4.5 Conceito de *différance*

Sobre as inserções desiguais aos mecanismos institucionais, Young (2000) ao explicar a *différance* preconiza que sejam enfatizados “o processo e o relacionamento mais do que a substância” (YOUNG, 2000, p. 148), conceitualizando a representação como “um relacionamento diferenciado entre atores políticos engajados num processo que se estende no espaço e no tempo” (*op. cit.*, p. 142). Igualmente pertinente à predileção e defesa por uma maior inserção de mulheres (diversas) nos espaços de poder, corrobora Araújo (2012, p. 153), que compreende as questões da “diversidade e da diferença como requisitos dos experimentos democráticos justos”.

A hipótese teórica, nesta seção defendida, é a de que se pode refletir a representação feminina para além do costumeiro chavão de “mulheres representam mulheres”, que costumeiramente subtende que há convergência plena sobre a agenda política que toca igualmente todas as mulheres. Acredita-se que a reivindicação por mais mulheres nos espaços políticos deva se valer justamente pela garantia de relações políticas construídas a partir do relacionamento na diversidade, na diferença, e inclusive nos conflitos e divergências entre os próprios sujeitos deste grupo sociológico (mulheres), assim como com os outros sujeitos (homens).

Sobretudo pela garantia da pluralidade de perspectivas e identidades, tal como dito acima, Young afirma:

Conceber a representação como um relacionamento diferenciado entre atores plurais dissolve o paradoxo posto pela situação na qual uma só pessoa representa as experiências e opiniões de muitas outras. Não há uma específica vontade do povo que possa ser representada (YOUNG, 2000, p. 149).

Pesquisas apontam como a presença de mais mulheres na política rearranja debates sobre os temas, pronunciamentos em parlamento, votações e atuação política, conforme explicitado na seção 2.1 [sobre a Bancada do Batom, sobre a eficiência de parlamentares

mulheres (GRANGEIRO, 2021), sobre a positiva condução na gestão de crise sanitária (FABRÍCIO, FERREIRA e BORBA, 2020), ou sobre quem e como falam de questões de gênero (CAMPOS e MIGUEL, 2008)]. As autoras Mariano e Biroli (2017) corroboram tal perspectiva através de aspectos quantitativos e qualitativos. Sobre os pronunciamentos sobre o aborto (assunto caro às mulheres favoráveis ou não, vez que diz respeito à nossa saúde sexual e reprodutiva) entre os anos de 1991 e 2014 na Câmara dos Deputados, as autoras contabilizaram um total de 915 discursos sobre o tema. Destes, apenas 13,6% do total dos discursos (124) foi proferido por parlamentares mulheres (por serem em muito menor número que os parlamentares homens), enquanto os demais (791) por congressistas homens (MARIANO e BIROLI, 2017, p. 15).

Ainda assim, entre as mulheres deputadas, 46,80% delas pronunciaram-se a favor da ampliação do aborto legal, enquanto, entre os homens, apenas 10,90% deles o fizeram. Já no grupo de posições contrárias ao aborto, 67,90% dos parlamentares homens assim declararam, enquanto 23,40% entre todas as parlamentares mulheres (os exemplos não fecham em 100% porque as autoras apresentam mais três agrupamentos de discursos sobre o tema onde os demais se encaixam). Mais do que a conclusão sobre a qualificação da atuação de mulheres no parlamento, Mariano e Biroli ajudam a entender o conceito de *différance* ao constatarem que “sua participação [das mulheres] nesse debate é relevante e é diferente da participação dos homens” (*op. cit.*).

O que reforça que, apesar de ser compreensível a preocupação sobre a substancialidade do exercício representativo, conforme Pitkin (1967) defende na representação substantiva, no conceito de *différance*, a defesa pela presença desses grupos sociais ocorre pelo exercício da convergência ou da divergência. Isto é, esses representantes de determinados grupos sociais não precisam ter a mesma opinião e discursos sobre quaisquer temas, e são passíveis de concordar ou discordar entre si. Isso é relevante porque [tal exercício] garante amplo espectro de perspectiva social, como propõe Young (2000).

De maneira mais simplificada, é a noção de que mulheres, em toda sua diversidade, precisam, antes de qualquer coisa, ocupar os espaços políticos, tendo inclusive garantida sua liberdade de atuação no desempenho de suas funções de representante, para só daí ser possível requisitar sobre o aspecto substantivo/qualitativo de suas agendas e prática representativa. Silva (2023), em matéria *on-line*, adjetiva o feminismo como “regenerativo”, pois para ele a partir dele é possível aprender que “não há permissões [explícitas ou não] que só possam existir para os homens, nem obrigações que só caibam às mulheres [...] assim como não há nenhum

determinismo biológico que possa justificar diferenças no acesso a oportunidades e no gozo de privilégios entre homens e mulheres” (SILVA, 2023). Noutras palavras, do mesmo modo que não há exigência para que homens representem uniformemente supostos interesses “de homens”, essa defesa também não deve ser exigida sobre outros grupos sociais, como as mulheres, os negros etc.

Nesse mesmo sentido, Young afirma:

Na medida em que os grupos sociais se distinguem por relações estruturais, particularmente relações estruturais de privilégio e de desvantagem, e na medida em que as pessoas se posicionam similarmente naquelas estruturas, então elas têm perspectivas similares tanto sobre sua própria posição na sociedade quanto sobre outras posições (YOUNG, 2000, p. 173).

Não obstante, argumenta:

Grupos apenas criam divisões e conflitos, argumento que a diferenciação de grupos propicia recursos para um público democrático comunicativo que visa estabelecer a justiça, uma vez que pessoas diferentemente posicionadas têm diferentes experiências, histórias e compreensões sociais, derivadas daquele posicionamento. A isso chamo perspectiva social (*op. cit.*, p. 162).

Celso Rocha de Barros, em entrevista de podcast⁷⁹, ao refletir sobre a sucessão da ministra do STF Rosa Weber, a pressão popular pela escolha de uma mulher negra para ocupar a segunda vaga a ser indicada pelo presidente Lula, e sua noção da importância de sujeitos diversos entre os magistrados⁸⁰, declara:

[...] Porque, veja bem, não é só questão assim – “eu acho bacana que as pessoas sejam de cores diferentes” - entendeu? A questão é que, esses grupos minoritários, em geral, eles sabem coisas que nós não sabemos, assim, sobre como a sociedade funciona. Eles têm perspectivas diferentes, eles já viram coisas acontecerem que nós nunca vimos – e eu digo ‘nós’, porque eu sou homem, branco etc.⁸¹

Tais exemplos ratificam a participação em diversidade de gênero e raça/cor, garantindo “pleno reconhecimento de suas diferentes e mutantes identidades” (ARAÚJO, 2012, p. 156) e a “representação da perspectiva” (YOUNG, 2000, p. 173). Não por apreço à representação-espelho, como já foi dito, mas pela garantia de resguardar às diferentes mulheres espaços (os parlamentos) e práticas (a política institucional) há muito negados, para que usufruam de todo campo de possibilidades de fruição, proposição e ação a partir de seus prismas e “coisas que já viram acontecer”.

⁷⁹ Café da Manhã, podcast da Folha de São Paulo e Spotify – episódio de 18/09/2023 sob título de “Esquerda x esquerda no governo Lula”. Disponível em: < <https://open.spotify.com/episode/5yEKUMP6Fj3uTCC8ZcKsJv?si=307ae16c1f4043f4> >. Acesso em 18/09/2023

⁸⁰ À título de curiosidade, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) aprovou resoluções para a partir de 2024, como por exemplo a que obriga alternância de gênero em promoções por merecimento de juízes de carreira na Justiça estadual, federal e do trabalho, nas cortes em que houver menos de 40% de juízas de carreira e a criação de bancas para cota racial nos tribunais

⁸¹ Idem 67 – minuto 14’20” até 14’41”

A pesquisa não pode se furtar, todavia, de reconhecer o extenso e relevante debate sobre representação política e recorte de gênero e raça que tem sido produzido nos últimos anos. É também sobre estes esforços teórico-metodológicos que se debruça. A discussão conceitual iniciada na obra clássica de Pitkin (1967), sua tipificação em quatro modos de representação e a expansão com o conceito de *différance* de Young (2000) é importante como base teórica de análise.

Entretanto, Archanjo (2011) esclarece que esses tipos ideais não são encontrados assim, tão específicos e separados, nas práticas da representação política no Brasil. Sobre o contexto brasileiro conclui que, se “não se encontra na prática política a ‘pureza’ que os conceitos apresentam” e “o que se vê na prática é a mistura (não consciente) dos modelos teóricos”, por outro lado, “a necessidade de expressar a importância da manutenção do vínculo com o eleitor está sempre presente” (*op. cit.*, 2011, p. 81). Ainda assim, a complexidade dessa discussão teórica nos ajuda analisar o estudo de caso desse estudo. Abaixo, na Figura 27, segue um esforço de síntese teórica dos conceitos de representação política que foram explanados nesta seção e que respaldam esta pesquisa:

Figura 27 – Síntese teórica sobre Representação Política

Representação política



Formalística*

- “dar e obter autoridade”
- “representante é alguém que foi autorizado a agir”
- **carta branca, voto de confiança**
- **desresponsabilização** do representante - “tem o mau político porque merece”
- enquanto as responsabilidades do representante são reduzidas, seus direitos são ampliados
- relação de confiança (COTTA, 1998)
- a voz do povo não é a voz de Deus
- **protocolar**, afinal, tudo que faz, representa



Simbólica*

- figuras, **alegorias**, metáforas correspondentes às crenças particulares
- sentimentos e atitudes do(a) representante com os representados
- o que instiga, **pelo que é reconhecido/estimado**
- como um objeto inanimado, uma bandeira, ou figurativo, o ator, a pastora, o coronel
- **“escolhido de Deus”**, “Jesus no governo”, “o Messias enviado”, **“deputado general fulano”**
- foco no que figura, não no que faz



Descritiva (ou espelho)*

- expectativa por **retrato da sociedade**
- refletir no parlamento como um **espelho do país**
- um microcosmos
- em proporção, reproduzir **aspectos demográficos e sociológicos** (gênero, raça, cor, ocupação, classe social, origem etc)
- “representatividade sociológica” (COTTA, 1998)
- representa porque **reflete**



Substantiva*

- impasse: e o aspecto qualitativo?
- evoca explicitamente o aspecto da **práxis** - o que fazem
- paradigma normativo ideal
- **ação substantiva** por outros
- “como uma atuação para outros, uma atividade em nome de, no interesse de, como agente de outra pessoa”
- representa porque **“age em nome de”**



Difference**

- impasse: há pauta convergente?
- inclusão de diferentes para tomar os parlamentos mais representativos
- “o processo e o **relacionamento** mais do que a substância” (YOUNG, 2000)
- garantia de relações políticas **construídas** a partir da diversidade, da diferença, e inclusive dos conflitos e divergências
- **perspectiva social** - “sabem coisas que não sabemos”
- imperativo por uma **questão de ordem** - fazer o que será
- “representação da perspectiva”

*Pitkin (1967) e **Young (2000)

2.5 Geografia e seus subcampos interpretam a representação política

À medida que há esforços e intenção no sentido de enquadrar geograficamente processos eleitorais, resultados de eleições e comportamento político, como por exemplo, a escolha e exercício da representação política, seria de se supor que a Geografia, através de um de seus ramos, a Geografia Política, fosse aplicada. Todavia, no que tange o Brasil, por exemplo, Azevedo (2023) diagnostica: apenas 4% da produção científica é encabeçada por geógrafos.

Ao revisitar temas já há muito estabelecidos e outros emergentes dentro da Geografia Política, Shin (2015) reforça a Geografia Eleitoral enquanto subcampo da Geografia Política que pode amparar tais estudos. Seu esforço, assim como de outros geógrafos como Agnew (1996), Ash *et al.* (2016), Temple (2023) e Azevedo (2023), é pelo aprofundamento e aprimoramento dos estudos arrimados pela Geografia.

Dentre as justificativas, afirmam o aumento considerável das potencialidades da Geografia Eleitoral (técnica e metodologicamente propiciados) (AZEVEDO, 2023, p. 06), ou fato de que “convenções [já] estabelecidas de análise espacial não têm muito a oferecer” (AGNEW, 1996, p. 131), ou pelos “importantes *insights* sobre a democracia e o processo democrático” (SHIN, 2015, p. 362, tradução nossa) que podem ser fornecidos pelo campo.

Não somente, há na Geografia Eleitoral potenciais como “uma inerente multidisciplinaridade e uma sensibilidade aguçada para questões de espacialidade” (TEMPLE, 2023, p. 556, tradução nossa), como no exemplo da cientista política Terron, que qualifica o subcampo como uma “caixa de ferramentas básicas e úteis de análise espacial” (TERRON, 2012, p. 10). Sobre período de retomada da Geografia Eleitoral graças aos trabalhos de Cox (1969a, 1969b) e Key (1949; 1955), Terron define um novo momento, no qual tal “ressurgimento deve-se também aos avanços tecnológicos que permitiram o surgimento de novas técnicas de análise espacial” (TERRON, 2012, p. 13).

Por aquilo que Santos (2002, p. 29) entenderia como impacto da técnica, Azevedo (2023, p. 03) afirma ser “possível dizer que o mundo imagético onde vivemos deu novo fôlego às discussões da Geografia Eleitoral, abrindo um fértil campo de atuação para geógrafos que se interessam pela espacialidade do voto”. Cada dia mais presentes e populares nas produções, apresentações e análise de dados referentes a política e eleições, os mapas têm há tempo servido de instrumento para este fim. De acordo com Terron e Soares (2010), por exemplo, foi justamente a partir de mapeamento de resultados de votação, estatísticas e regressões espaciais, que se detectou, inicialmente, o distanciamento e, posteriormente, o divórcio entre os eleitores de Lula e os do PT.

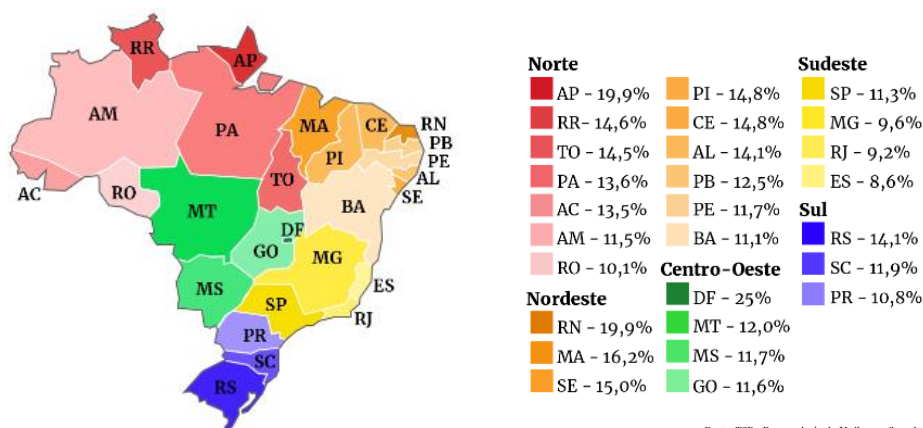
Temple (2003) concorda: “[...] à medida que a disponibilidade de dados e o poder computacional aumentaram, as análises estatísticas foram mais capazes de considerar a dinâmica entre as áreas e resultados da votação”. Também cita a “revolução quantitativa” (BARNES, 2004 apud TEMPLE, 2023, p. 557) que gerou uma explosão de análises eleitorais pelos geógrafos, podendo ser interpretada como o “sonho do positivista” (TAYLOR, 1978 apud TEMPLE, 2023, p. 557). Não é raro, por exemplo, se deparar com os dispositivos imagéticos como os mapas que comumente ilustram jornais, postagens em redes sociais e reportagens televisivas que versam *ante factum* sobre prognósticos eleitorais, bem como que se debruçam para *post factum* ilustrar os resultados de uma votação.

Não obstante, noutro exemplo, o site G1 manteve durante a apuração eleitoral de 2022 uma página cujo título era “Mapa da apuração no Brasil”⁸². Nela, era possível gerar mapas instantâneos em forma de infográficos ao manejar as opções sobre escolha de cargo (se presidente ou governador), de turno (se 1º ou 2º), de estado, de zonas eleitorais e município. De maneira rápida e relativamente pouco complexa, qualquer pessoa, a partir da combinação de seleções feitas, ou seja, do recorte aplicado, poderia obter as informações relativas à porcentagem e ao número total de votos dos candidatos e sua respectiva cartografia.

Ainda à título de elucidação, há diversos exemplos on-line de figuras que apresentam reproduções cartográficas da presença (ou ausência) de mulheres na política. A Figura 28, por exemplo, é de reportagem do site Brasil de Fato e expressa os resultados das urnas em 2016 e em 2018 sobre o percentual de participação das mulheres em relação ao número de cargos eletivos dos estados. A Figura 29 refere-se à plataforma Mapa das Minas, desenvolvida em 2018 por mestrandos da UERJ durante um curso de *hacking* cívico, cujo objetivo era apresentar as candidatas de todo estado do Rio de Janeiro, que estivessem engajadas no campo dos direitos das mulheres e com propostas neste sentido.

⁸² “Mapa da apuração no Brasil” Disponível em: <<https://especiaisg1.globo/politica/eleicoes/2022/mapas/mapa-da-apuracao-no-brasil-presidente/1-turno/>>. Acesso em 08/02/23

Figura 28 – “Mapa das Mulheres na Política 2019”



Fonte: Brasil de Fato

Figura 29 - #mapadasmina



Fonte: Facebook de Mapa das Mina

Por esses e outros exemplos é possível atestar que não somente especialistas e geógrafos, bem como politólogos, cientistas sociais em geral, jornalistas entre outros, apropriaram-se da cartografia enquanto ferramenta e técnica – tenha sido ela ilustrativa e/ou explicativa. Os exemplos corroboram Shin (2015), ao dizer que houve ao longo dos últimos anos uma democratização da Geografia Eleitoral que foi possibilitada e perpetrada pela difusão de tecnologia geoespacial, fenômeno que ele cunha por “neogeografia”. Graças ao desenvolvimento e difusão de softwares de Sistema de Informação Geográfica (SIG), especialistas, mas também leigos, puderam passar a produzir mapas diversos instantaneamente.

Outra possibilidade apresentada por Shin, dentre as três teorias analíticas da Geografia Eleitoral que investiga, é a que se debruça sobre como esses votos são traduzidos em representações e mandatos. O caminho entre o voto e a garantia de uma cadeira parlamentar é diverso e distinto entre democracias. O parâmetro utilizado para definir distritos ou zonas

eleitorais é, na maioria dos sistemas, a partição geográfica de um país (SHIN, 2015, p. 371). Naturalmente, o desenho dessas zonas e distritos eleitorais acaba por se tratar de um “exercício de cartografia eleitoral aplicada” que, tal explica Shin a partir do exemplo de “*gerrymandering*”⁸³, pode influenciar os resultados eleitorais (SHIN, 2015, p. 371).

Sobre os sistemas eleitorais, Santos e Azevedo (2024, p. 06) concluem que “em geral, se baseiam em um vínculo espacial entre o eleitor e o eleito”. Quer dizer, em se tratando do Brasil, seja no sistema majoritário ou proporcional (ambos acionados durante as eleições gerais e municipais), é o nexos com a localidade que condiciona as regras para se estabelecer quais e quantos serão os assentos.

Para além da observação sobre a legislação eleitoral, ao examinar a maior parte das cartografias produzidas e utilizadas nos debates políticos, é nítida a predileção metodológica e teórica por uma perspectiva que também relega à Geografia Eleitoral a função de ilustrar dados dentro de uma moldura espacial. São diversos os estudos que persistem, explícita ou implicitamente, nesse hiato entre as ditas análises “sociológica abstrata” e a “geográfica concreta”, que Agnew (1996) denuncia e procura revogar através de uma ponte entre estas.

Tão arraigada é essa visão que Shin (2015), ao delimitar as três principais tradições analíticas de Geografia Eleitoral e dos estudos acerca de votações, destaca como primeira delas a geografia do voto, cujo privilégio de análise está no mapeamento de eleitores e votos com objetivo de apresentar ou antever resultados eleitorais. A lacuna encontrada nesse tipo de tradição analítica (e metodológica) descrita por Shin é a de que ainda que seja possível figurativamente apresentar dados sobre e espacializá-los, “a questão central por trás da geografia do voto permanece: o que explica o padrão geográfico dos votos?” (SHIN, 2015, p. 363, tradução nossa).

É importante salientar que a concepção de determinado tema não se torna necessariamente geográfica pelo mero fato deste estar espacialmente localizável e localizado. Se todo tema debatido pela ciência social o é, vez que está e/ou se dá na superfície da Terra, apontar o “onde” é indispensável à geografia, mas não bastante para discricioná-la enquanto ciência. Sabe-se que é comum examinar sobre como os fenômenos sociais condicionam o espaço geográfico, todavia é indispensável também indagar sobre como o espaço geográfico os condiciona.

⁸³ Diz respeito ao método de redefinição das áreas dos distritos eleitorais estadunidenses de maneira a manipular o resultado das eleições, favorecendo ou prejudicando determinados candidatos. O termo faz alusão a um político de Massachussets, Elbridge Gerry, que em 1812 utilizou-se dessa estratégia para favorecer candidatos do partido republicano e ao curioso formato de salamandra (*salamander*, em inglês) que o mapa por ele proposto possuía

Agnew, ao explicar sobre a retomada da produção no campo da geografia política a partir dos anos 60, conclui que, apesar dos esforços teóricos, metodológicos e empíricos, ao final mantinha-se a concordância de que categorias da geografia, como lugar e espaço, se mantivessem apartadas dos estudos sobre eleições (AGNEW, 1996, p. 130). Supondo sobre tal distinção, ele afirma: “acho que é o resultado de um conteúdo de Geografia Eleitoral para mapear os resultados eleitorais sem atentar para como a análise dos resultados pode envolver questões mais abstratas relacionadas aos supostos vínculos entre espaço e política” (AGNEW, 1996, p. 130, tradução nossa).

Tais questões, menos abstratas, tem a ver com a composição eleitoral, por exemplo dados sobre renda, idade, escolaridade, religião, gênero, raça, etc, e são compreendidos como a faceta composicional do tema em questão. Já as questões mais abstratas, por exemplo, levariam a indagar, sobre a figura abaixo (Figura 30) – que retrata o resultado do 2º turno das eleições presidenciais do Brasil em 2022 – as razões da predileção quase que absoluta pelo candidato Luiz Inácio Lula da Silva entre todos os municípios da região Nordeste do país, fenômeno que não ocorre nas demais regiões sobre nenhum dos candidatos que concorreram.

Figura 30 – Votação presidencial no 2º turno das eleições de 2022 nas cidades



Fonte: G1 a partir de dados do TSE, 2022

Agnew (1996), a fim de perscrutar os “porquês” para além do aspecto composicional resultante de um mapa, propõe o aspecto contextual, que quando entendido ampla e adequadamente, “abre a possibilidade de evitar um compromisso de escala específica” (1996, p. 130, tradução nossa). Isso porque, para Agnew, o contexto “refere-se ao escopo geográfico de influências específicas, os limites assim estabelecidos para a razão prática e os significados ou discursos distintos associados pelo agente humano à convivência com essas influências.” (*op cit.*, p. 130, tradução nossa).

Uma análise contextual, mais especificamente de “contexto-como-lugar”, cunhado por Agnew, teria potencial de agir sobre a brecha entre aspectos analíticos sociológicos e geográficos, permitindo à Geografia Eleitoral, não necessariamente “resolver todas as disputas teóricas”, mas oferecer às teorias eleitorais categoria analítica geográfica plena, que não somente traduza o fenômeno (eleições) em cartografia.

Retomando Shin (2015), e prosseguindo sua descrição sobre as três teorias analíticas da Geografia Eleitoral deste século, o autor também cita a influência geográfica-contextual sobre o voto. Em outras palavras, o geógrafo explica que tal teoria entende o comportamento eleitoral como multifacetado e complexo e, tendo em vista que não ocorre num vácuo espacial, deve sim levar em consideração o contexto geográfico. Tal contexto “ênfatisa processos sociogeográficos e interações que estão situadas em lugares particulares para além das características dos particulares dos eleitores” (SHIN, 2015, p. 369, tradução nossa).

Ainda sobre a relevância do contexto, mais recentemente Temple (2023) pôde concluir que “depois de décadas de geografias eleitorais evidenciando a importância do contexto, as eleições estão agora sendo exploradas por cientistas políticos de formas sensíveis a questões de escala, espaço e local” (TEMPLE, 2023, p. 560). Apesar de não ser intuito desta seção abordar um panorama mais aprofundado destas geografias eleitorais [como pode ser encontrado em Temple (2023)], à título de resumo sobre o subcampo, a sistematização feita por Temple sobre seus principais temas e áreas de enfoque é bastante interessante e por isso foi traduzida no quadro abaixo (Quadro 2).

Quadro 2 - Áreas de enfoque para geógrafos eleitorais

Pattie and Johnston (2003)	Reynolds (1990), Forest (2018)	Leib e Quinton (2011)	Agnew (1990)	Nicley (2011)
• Organização espacial de eleições;	• Geografia da votação;	• Estudos do voto;	• Geografia do comportamento	• Contexto político-econômico que

<ul style="list-style-type: none"> • Variação espacial nos padrões de votação; • Influência ambiental e espacial nos padrões de votação; • Padrões espaciais de representação; • Variações espaciais no poder e na implementação de políticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Influências geográficas na votação; • Geografia da representação; • Dinâmicas eleitorais e mudanças ao longo do tempo 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas Eleitorais; • (Re) distritalização; • Métodos educacionais/de sala de aula 	<ul style="list-style-type: none"> eleitoral; • O efeito da geografia dos fluxos de informação interpessoal no comportamento eleitoral; • Geografia dos Sistemas Eleitorais; • Geografia da organização e mobilização dos partidos políticos 	<ul style="list-style-type: none"> molda a geografia dos resultados; • Narrativas de campanha política e imaginários espaciais; • Resultados eleitorais e economia política-cultural
---	---	---	--	---

Fonte: Temple, 2023, p. 557, tradução nossa

Contudo, na Geografia ainda são poucos os trabalhos que lidam com o tema da representação política com recorte de gênero e raça. Chama atenção o artigo de Cordova *et al* (2023) que procura estabelecer a análise da representação política de mulheres a partir de uma abordagem quantitativa. Analisando municípios brasileiros de até 50000 eleitores durante as eleições locais de 2006, 2012 e 2016, os autores concluem sobre as variáveis que influenciam maior ou menor aptidão das candidaturas nestes municípios.

Sobre a “porta de entrada”, denominação que usam para expressar a primeira nominata aventada pelos partidos, que precisa respeitar a obrigatoriedade de 30% de candidaturas femininas, conforme determina a Lei nº 9.504/97, Cordova *et al* concluem: mulheres são “barradas no baile” desde o início, o que “explica parcial e preliminarmente a sub-representação das mulheres na política” (CORDOVA *et al.*, 2023, p. 64).

A partir de testes de correlação e regressão linear, e das variáveis grau de instrução, ocupação, se são desafiantes ou incumbentes⁸⁴, se possuem carreira política e qual a receita, concluem que as com maior chance de serem “inaptas” (que não conseguem avançar a etapa da primeira nominata de partidos e não são oficialmente reconhecidos como candidatos(as) pelo TSE para adentrarem a “porta de entrada”) são: mulheres, de menor escolaridade, maioria donas

⁸⁴ Os termos referem-se ao fato de serem estreadantes numa eleição (desafiante) ou estarem concorrendo pela 2ª ou mais vezes (incumbentes)

de casa, de receita inferior, desafiantes, pouco ou nada experientes na política/sem carreira política (*op. cit.*, 2023).

Sobre isso, contestam “[...]sugere a necessidade de políticas de controle e coerção do (ab)uso por parte dos dirigentes partidários, ao arregimentar mulheres com o propósito de apenas preencher a cota obrigatória dos 30% [...]” (*op. cit.*, p. 66). Ao avançar para a análise da relação entre dinheiro e voto, atestam que “[...] cerca de um quarto do fenômeno votação pode ser explicado pela receita” (*op. cit.*, p. 68) e, em consequência, “as mulheres apresentam médias significativamente inferiores de receitas e, correspondentemente, de votos também” (*op. cit.*, p. 69).

De muita relevância para a análise aqui pretendida, analisam enfim o sucesso ou insucesso eleitoral (terem sido de fato eleitos/as ou não), observando que os que tendem a conseguir mais votos e serem eleitos são homens, com maior receita, escolaridade de nível médio, ocupação (especializado superior), que já as incumbentes politicamente e já são políticos de carreira. Em contraposição, no diâmetro oposto, a combinação mulheres, de baixa escolaridade, com pouca renda e sem carreira política “hipoteticamente, [...] teria um total de votos negativo” (CORDOVA *et al.*, 2023, p. 71).

A pesquisa de Cordova *et al.*, apesar de ser da geografia e de apresentar uma riqueza metodológica quantitativa que por vezes foge às interpretações dos fenômenos nas ciências humanas, deixa à desejar justamente sobre os critérios que tornariam-na geográfica para além da seleção dos municípios analisados.

Ainda na geografia, Santos e Azevedo (2024) contribuem com o debate neste campo científico atestando que, sobre o comportamento do voto, a lógica da representação espelho ou descritiva não é imperativa. Sua pesquisa foi sobre o comportamento do voto para candidatas negras no município de São Paulo em 2020. Quando analisadas as razões que levaram a população do município a designar uma opção para vereador(a) nas urnas, em detrimento de outras, encontraram que não necessariamente a justificativa da escolha foi por um reconhecimento sociológico racial com o candidato(a).

Ao ressaltarem o ano de 2020 como “marco político” pelo frutífero aumento de 16% mulheres negras eleitas, para tal cargo, em relação ao ano de 2016, os autores encontraram refutada empiricamente a conclusão de que tal alternância do cenário eleitoral tenha sido fruto de uma perspectiva de representação espelho por parte do eleitorado. No caso analisado, os votos que elegeram as quatro vereadoras negras vieram de zonas eleitorais com predominância de eleitores brancos.

Outrossim, a candidata que obteve maior correlação de votos recebidos por pessoas negras não é reconhecida pela defesa do que é chamado “pauta negra” ou ligada ao movimento negro. Ou seja, ainda que o dado aponte indício de maior oportunidade de “grupos marginalizados” terem acesso à disputa por assentos no parlamento, a solução a respeito do comportamento do voto apontada por Santos e Azevedo (2024) deflagra outro tipo de representação, aquela que Pitkin (1967) chamou por substantiva.

São igualmente escassas as pesquisas que lidam com os temas das eleições e representação política imbricados pelo uso das redes sociais virtuais. No processo dessa relação indissociável entre sociedade e espaço geográfico, o Brasil e o mundo ao longo dos últimos anos convivem com esse aparato técnico que deflagra, cada dia mais, a fluidez entre local e global e a multiescalaridade da informação, da comunicação e de suas repercussões socioespaciais.

Na esteira do que pode ser chamado de “inflexão dos conhecimentos geográficos pelos fenômenos digitais” (ASH, KITCHIN e LESZCZYNSKI, 2016), Temple analisou dois estudos de caso para “delinear a forma como o digital tem potencial para impactar sobre as práticas eleitorais de longa data e a sua espacialidade” (2023, p. 563). O primeiro analisou mudanças nas campanhas políticas nas eleições gerais de 2017 e 2019 no Reino Unido, especialmente o aumento de campanhas conduzidas por organizações não partidárias (sob título de “campanhas sem partido”), e o segundo observou a publicidade no Facebook nos EUA. Ambos serão melhor descritos à frente. Sobre a missão de analisar a “virada digital” dentro do subcampo, Temple resume “O rápido desenvolvimento e integração da tecnologia digital nas eleições constitui um desafio fundamental à forma como o subcampo da geografia eleitoral tem funcionado historicamente” (2023, p. 561).

Por exemplo, elas tem apresentado destaque expressivo em articulações políticas, como apresenta Sobreiro Filho (2015): “As redes sociais online tornaram-se meios de efetivação da globalização através da possibilidade de levar informações[...]” (2015, p. 13). Não obstante, “[...] denota-se que as redes sociais online vêm impingindo uma nova forma de circulação de informações, viabilizando mobilizações e se consolidando como um importante espaço de socialização política, além da emersão de sujeitos políticos coletivos em lugares em que estes não se prostravam plenamente constituídos.” (*op. cit.*, p.13). O próximo capítulo procurará analisar, portanto, sobre a relação entre as redes sociais virtuais e a política, com vistas a refletir sobre suas escalas.

CAPÍTULO 3 – REDES SOCIAIS VIRTUAIS E POLÍTICA – UM JOGO DE ESCALAS

*“Nem utopia nem distopia,
a Internet é a expressão de nós mesmos através de um código de comunicação
específico, que devemos compreender se quisermos mudar nossa realidade.”*

(CASLTELLES, 2003, p. 11)

3.1 Redes sociais apropriadas pela política

A concepção do termo “participação política” no Dicionário de Política diz respeito a:

[...] uma variada série de atividades: o ato do voto, a militância num partido político, a participação em manifestações, a contribuição para uma certa agremiação política, a discussão de acontecimentos políticos, a participação num comício ou numa reunião de seção, o apoio a um determinado candidato no decorrer da campanha eleitoral, a pressão exercida sobre um dirigente político, a difusão de informações políticas e por aí além. (BOBBIO et al, 2010, p.888)

Fato é que, uma análise dessas atividades sem reconhecê-las atualmente atravessadas, em maior ou menor grau, pelo avanço tecnológico da computação seria anacrônica e incompleta. Não à toa, muito tem se investigado sobre a relação da política com os ambientes virtuais da internet e das redes sociais.

Por exemplo, sobre as transformações a partir da difusão da computação e das tecnologias de rede, Castells explica que “a lógica do funcionamento de redes, cujo símbolo é a Internet, tornou-se aplicável a todos os tipos de atividades, a todos os contextos e a todos os locais que pudessem ser conectados eletronicamente” (CASTELLS, 1999, p. 89). Para o autor, “a Internet é o tecido de nossas vidas”, e justifica ser “em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana” (CASLTELLES, 2003, p. 07).

Inclusive, insta lembrar que a internet surgiu a partir dos esforços para desenvolver a instalação de uma “nova e revolucionária rede eletrônica de comunicação” nos anos 1970 nos Estados Unidos. Castells reforça a natureza revolucionária da internet, pois suas tecnologias resultaram numa “combinação sem precedentes de flexibilidade e desempenho de tarefa, de tomada de decisão coordenada e execução descentralizada, de expressão individualizada e comunicação global, horizontal, que fornece uma forma organizacional superior para a ação humana” (*op. cit.*, 2003, p. 08). Recuero (2012) corrobora afirmando que “as redes sociais online, com suas estruturas características, assim, atuam como um complexo dinâmico, capaz de levar informações a nós mais distantes. O coletivo de atores, interconectado, assim, funciona como meio, por onde a informação transita” (RECUERO, 2012, p. 05).

Mais especificamente, por redes sociais, compreende-se aqui a ferramenta que “fornece um mecanismo para o público se conectar, comunicar e interagir entre si e com seus amigos em comum por meio de mensagens instantâneas ou sites de redes sociais” (CORREA et al, 2010

apud MCCAY-PEET e QUAN-HAASE, 2018, tradução nossa); “qualquer site ou serviço baseado na web que inclua características da web 2.0 e contenha algum aspecto ou conteúdo gerado pelo usuário” (GRUZD et al., 2012 apud MCCAY-PEET e QUAN-HAASE, 2018, tradução nossa); “uma forma de comunicação mediada por computador” (MCINTYRE, 2014 apud MCCAY-PEET e QUAN-HAASE, 2018, tradução nossa); ou “derivadas do movimento de software social, são uma coleção de sites, serviços e práticas da Internet que apoiam a colaboração, a construção de comunidades, a participação e o compartilhamento” (OTIENO e MATOKE, 2014 apud MCCAY-PEET e QUAN-HAASE, 2018, tradução nossa).

Os estudos relativos às redes sociais estão associados à *big data* (área do conhecimento de análise e interpretação de um grande volume de dados armazenados remotamente) “devido aos 3Vs – volume, velocidade e variedade - que podem ser extraídos de sites como Twitter, Instagram e Facebook” (MCCAY-PEET e QUAN-HAASE, 2018, p. 3).

Segundo pesquisa recente (DATASENADO, 2021), a principal fonte de informação sobre política no país, a televisão aparece com 37% de preferência, seguida das redes sociais com 24% e páginas na internet com 23%, o que leva à conclusão de que somados, a procura virtual pelo assunto é majoritária entre os brasileiros e as brasileiras. Dentre as redes sociais, Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp e Twitter figuram entre as cinco principais fontes de informação sobre política no país (DATASENADO, 2021).

Estimativas da Kepios, empresa especializada em estudo de usos digitais, informa que em 2023 o número de usuários ativos nas redes sociais no mundo ultrapassou 5 bilhões, o que equivale a 62,3% da população mundial (DATAREPORTAL, 2024a). Os dados calcularam 5,4% de aumento de usuários de um ano para o outro, equivalendo em média a 8,2 novos usuários a cada segundo (*op. cit.*, 2024a). Além disso, dados do relatório da GWI, empresa de pesquisa de fornecimento de informações de público para editores, agências de mídia e profissionais de marketing ao redor do mundo, revelaram que o usuário típico de redes sociais usa ou visita em torno de 6,7 diferentes plataformas de rede social por mês, e gasta uma média de 2h e 20 minutos por dia em redes sociais (*op. cit.*, 2024a).

Para fins de detalhar um pouco melhor, há atualmente sete plataformas de redes sociais que contam com 1 bilhão ou mais de usuários ativos mensais, das quais quatro são da empresa Meta⁸⁵. Por exemplo, para citar as plataformas mais populares no Brasil, o Facebook fica em 1º lugar com 3,065 bilhões de usuários ativos mensalmente; enquanto o YouTube fica em 2º

⁸⁵ Meta Platforms Inc. é o conglomerado de tecnologia e mídia social estadunidense que detém as plataformas Facebook, Instagram, WhatsApp entre outras.

lugar com 2,504 bilhões; o WhatsApp na 3ª posição possui no mínimo 2 bilhões de usuários ativos por mês; em 4º lugar, o Instagram tem 2 bilhões de usuários mensais ativos; e na 5ª posição, o TikTok conta com 1,582 bilhões de usuários ativos por mês (DATAREPORTAL, 2024a).

O relatório de 2024 sobre o Brasil aponta que havia, no início de 2024, 210,3 milhões de conexões móveis de celulares e 187,9 milhões de usuários de internet, dentre os quais, 144 milhões eram usuários de redes sociais (DATAREPORTAL, 2024b). Segundo o mesmo relatório, somente entre janeiro de 2023 e o mesmo mês em 2024, houve acréscimo de 6,1 milhões de novos usuários na internet no país.

No DF, unidade da federação com o maior número de pessoas acima de 10 anos que possuem celular, 94,3% da população tem um aparelho de telefonia móvel (IBGE, 2022). Além disso, tem também o maior percentual de pessoas que usam internet diariamente no Brasil (*op. cit.*, 2022). Segundo o IPEDF (2022c), o WhatsApp é a rede social mais acessada pelos brasileiros (com 85,86%), seguido pelo Instagram (68,48%) e Facebook (50,99%). Os que declaram acompanhar “mais notícias do dia a dia pelas redes sociais do que pelas mídias tradicionais, como televisão ou jornais impressos” são 62,86% da população (IPEDF, 2022c).

Segundo levantamento de 2018 da FGV DAPP (Diretoria de Análises de Políticas Públicas)⁸⁶, cuja Sala de Democracia Digital objetiva monitorar o debate público na web e identificar ações de desinformação, ameaças e intervenções ilegítimas no processo político, é importante a análise das redes sociais como influenciadoras do debate político brasileiro (FGV DAPP, 2018).

Sobre as eleições (municipais e gerais) brasileiras, podem ser encontradas manchetes como: “Eleições deste ano foram as primeiras a ter propaganda em redes sociais”⁸⁷, da Agência Câmara de Notícias sobre as eleições municipais de 2012, ou “Eleições 2014 revelam novo cabo eleitoral: o WhatsApp”⁸⁸, da Veja, ou “Eleições 2014: Novos hábitos criam pleito mais conectado do mundo”⁸⁹, da BBC Brasil, sobre as eleições gerais de 2014, ou “Internet será destaque nas eleições 2016”⁹⁰, da Gazeta do Povo sobre as eleições municipais de 2016.

⁸⁶ Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/25737>>. Acesso em 21/03/2022

⁸⁷ Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/385519-eleicoes-deste-ano-foram-as-primeiras-a-ter-propaganda-em-redes-sociais/>>. Acesso em 20/05/2024

⁸⁸ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/eleicoes-2014-revelam-novo-cabo-eleitoral-o-whatsapp>>. Acesso em 20/05/2024

⁸⁹ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/10/141028_eleicoes2014_internet_rb>. Acesso em 20/05/2024

⁹⁰ Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/artigos/internet-sera-destaque-nas-eleicoes-2016-ciuermx97jsqbg9vwqm3r289i/>>. Acesso em: 20/05/2024

As eleições de 2018, sobretudo, configuram por alguns aspectos um marco na relação entre eleições no Brasil e redes sociais. A começar pela Resolução 23.551/2017 (revogada pela Res. nº 23.610/2019) do TSE que autorizou impulsionamento de conteúdo pelas campanhas para promover candidaturas, ainda que a legislação vede “qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet” (TSE, 2019).

O impulsionamento tem relação com o produto oferecido pela plataforma Facebook, mas enquadra também anúncios de outras plataformas, que permite potencializar o acesso ao conteúdo já postado e disponível online dos(as) candidatos(as), desde que “contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes” (*op. cit.*, 2019)⁹¹.

Além disso, conforme noticiou Goldzweig no jornal El País em 2018, “Estudos provam que o ambiente virtual teve uma influência grande na eleição de Donald Trump em 2016, e a forma como grupos que o apoiavam usaram as mídias sociais beneficiou o candidato”, isso porque “Grupos de extrema direita, que representavam 11% dos seguidores do então candidato, foram responsáveis por cerca de 60% dos *retweets* para ele durante o período eleitoral” (GOLDZWEIG, 2018).

O efeito da tendência no Brasil foi também observado, ao que Goldzweig (2018) afirmou: “O sucesso do candidato Jair Bolsonaro é, em parte, explicado pelo seu alcance nas mídias sociais e o apoio de grupos que o capitalizam”. Para chegar a tal conclusão, a revista analisou dados de seguidores das contas do (então) Twitter dos candidatos à presidência naquele ano, a data de criação destas contas, e perscrutaram por “alguma atividade estranha relacionada ao período eleitoral”.

Por dias seguidos próximos a eleição (período em que a atividade de criação de contas é mais intensa), encontraram “[...] entre 300 (no caso de Lula⁹²) e 1700 (no caso de Bolsonaro) contas criadas passam a seguir os candidatos, por dia”. Ainda que à época não tenha sido possível afirmar sobre a autenticidade das contas (se eram perfis falsos ou não), aludiu-se a uma atividade nitidamente “anormal em termos de tendências históricas” (*op. cit.*, 2018), conforme apresentam os gráficos abaixo sobre o número de contas de acordo com a data da criação que seguem Lula (Gráfico 1) e Bolsonaro (Gráfico 2):

⁹¹ À título de atualização, a Res. nº 23.671/2021 acrescentou alguns atores ao trecho: “contratado exclusivamente por partidos políticos, federações, coligações, candidatas, candidatos e representantes” (TSE, 2019)

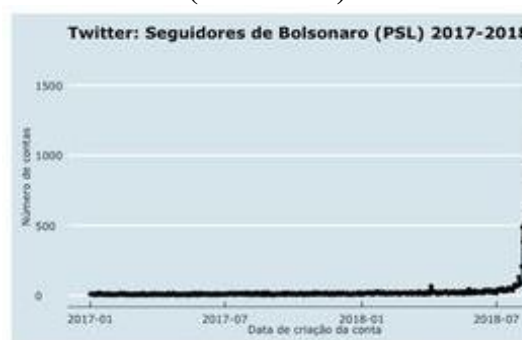
⁹² O candidato Lula teve sua candidatura mantida por seu partido (PT) até o início de setembro de 2018, quando o TSE barra sua candidatura, assim como sua participação em atos de campanha eleitoral. O candidato ainda liderava as pesquisas de intenção de votos quando Fernando Haddad (PT) foi indicado para assumir como novo candidato no lugar de Lula

Gráfico 1 - El País sobre seguidores de Lula no Twitter (2017-2018)



Fonte: Goldzweig, 2018

Gráfico 2 - El País sobre seguidores de Bolsonaro no Twitter (2017-2018)



Fonte: Goldzweig, 2018

Para Moherdau (2022), ao contrário do que alguns analistas apontavam sobre as eleições de 2018, chamando-a de atípica e prevendo que o ano de 2022 traria de volta investimentos em programas eleitorais, mantendo a TV em protagonismo, “o fato é que 2018 foi um ano de ruptura e não atípico”. Vale lembrar que, em 2018, a coligação do então candidato Bolsonaro contava com apenas 1,7% do tempo de TV e rádio destinado à propaganda eleitoral.

Junto das informações acima que demonstram os impactos (aparentemente irreversíveis) que as mídias digitais tem tido na política nacional, outros fatores podem ser acrescentados. Segundo Manin, “entre os motivos para o esvaziamento dos partidos, são citados a burocratização de suas estruturas internas, o estreitamento do leque de opções políticas (com a derrota dos projetos históricos da classe operária) e, em especial, as mudanças que a mídia eletrônica introduziu na competição eleitoral” (1997, p. 106) e também aponta “a transição da democracia de partidos para uma nova democracia de audiência, caracterizada pelo contato “direto” (isto é, midiático) entre líderes e eleitores”.

No Brasil e no mundo, analistas já apontam riscos para a democracia, que em vista da ascensão de governos autoritários e de extrema-direita no mundo, como testemunhado sobre o triunfo eleitoral de Trump nos EUA, Bolsonaro no Brasil e o partido ultraconservador Vox ganhando espaço na Espanha, pela primeira vez (ARIAS, 2018)⁹³, fizeram das redes sociais ferramenta primordial de divulgação de suas perigosas ideias.

Todavia, é importante a ressalva de que não são as redes sociais em si que, deliberadamente, implicam em riscos para a democracia, uma vez que não são ferramentas autogeridas, mas “meio artificial” (WAGNER, 1960 apud SANTOS, 2002). Podendo ser

⁹³ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/03/opinion/1543877639_842496.html. Acesso: 31/03/2022

interpretadas como parte do “conjunto de meios instrumentais e sociais com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço” (SANTOS, 2002, p. 29).

Por outro lado, acredita-se que tampouco possam ser consideradas neutras ou isentas, tendo em vista que, de maneira resumida, têm donos e idealizadores que as desenvolveram repletos de intencionalidade. Ou, noutras palavras, porque tais objetos técnicos foram concebidos durante a “era das telecomunicações”, que é “baseada na combinação entre a tecnologia digital, a política neoliberal e os mercados globais” (MORGAN, 1992 apud SANTOS, 2002, p. 183).

Nesse sentido, há divergentes interpretações sobre a relação entre redes sociais e democracia: há aqueles que as julgam algoz e aqueles que veem nelas o milagre que ressuscitará a democracia (ARIAS, 2018). Já na década de 1990, Levy (1996) ao analisar sobre o que seria o virtual e a virtualização no princípio da era da informação on-line, preconizava: "enquanto tal, a virtualização não é nem boa, nem má, nem neutra. [...] Antes de temê-la, condená-la ou lançar-se às cegas a ela, proponho que se faça o esforço de apreender, de pensar, de compreender em toda a sua amplitude a virtualização” (1996, p. 11).

De maneira similar ao que Levy ponderou sobre a virtualização (quase como numa predição, tendo em vista que a considerada primeira rede social virtual data de 1997⁹⁴), será analisada nessa seção o uso das redes sociais virtuais por agentes da política. Isso porque, à medida que atuam como ferramentas para candidatos e eleitores ampliarem a esfera pública para informação e debate, numa difusão mais horizontal, dinâmica e célere, a literatura sugere que as redes sociais possuem potencial de mudar a escala de uma campanha política e, possivelmente e conseqüentemente, dos resultados eleitorais.

Se antes a busca por eleitores dependia de esforços para criação de uma rede prévia de contatos e visibilidade, através de diálogo e aproximação com pessoas, inserção e participação em associações, mobilizações coletivas e movimentos sociais, como se dava prática tradicional de militantes/ativistas (SOBREIRO FILHO, 2015), há hoje na esfera pública um pedaço dessa conversa que é digital e que está mediada por algoritmos, como numa transição do megafone às redes sociais (VÉLEZ, 2022)⁹⁵.

⁹⁴ Apesar de haver predecessores, “Six Degrees” é considerado o primeiro site de rede social do mundo. Foi lançado em 1997 e permitia aos usuários criarem perfis pessoais e fazerem amizades com outros usuários. Apesar de ter tido milhões de usuários registrados, as redes eram limitadas pela falta de pessoas conectadas à Internet. (ORTIZ-OSPINA, 2019)

⁹⁵ Disponível em: https://elpais.com/internacional/2022-03-10/del-megafono-de-las-redes-sociales-al-congreso-colombiano.html?rel=buscador_noticias. Acesso em: 31/03/2022. (tradução livre do autor)

À título de exemplo, o livro *Marketing Político em Tempos Modernos* (FIGUEIREDO, 2008), apesar do adjetivo que traz no título, dez anos depois já poderia ser considerado defasado e incompleto. Nele, a comunicação virtual é até citada - “[...] a novidade dos últimos processos eleitorais é a incorporação do jornalismo online nesse espaço de produção e enunciação de notícias políticas” (FILHO e PRAÇA, 2008, p. 112) – todavia, ao pesquisar pelos termos “rede social”, “virtual” e “Facebook” (que foi lançado no Brasil em 2007), não há sequer uma menção encontrada.

Ao analisar os meios de divulgação de uma campanha, o autor observa: “Para fazer uma estratégia de marketing e de comunicação decente, é preciso saber não só o que o eleitor pensa e naquilo que ele acredita, mas também como ele se informa” (FIGUEIREDO, 2008, p. 37). Ao longo dos parágrafos que seguem, fica nítido como a televisão era ainda a tecnologia da vez: “O brasileiro é acostumado com televisão e a televisão brasileira é de alta qualidade. [...] O eleitor, portanto, está acostumado à TV e acostumado a uma TV de boa qualidade [...]” (*op. cit.*, p. 37).

Contudo, o autor alega a importância de considerar os costumes e limitações técnicas de onde se desempenham as campanhas, afinal “se percebe a total inversão de hábitos de consumo de mídia em cidades nas quais não existe o horário eleitoral gratuito local”, por exemplo, concluindo que “os eleitores dessas cidades estão acostumados a consumir televisão, mas são obrigados e ‘engolir’ jornais, revistas, folders, flyers e, atualmente, muito telemarketing nas campanhas eleitorais” (FIGUEIREDO, 2008, p. 37).

Apesar das mudanças que ocorreram de lá para cá, Figueiredo estava certo ao afirmar que “As eleições modernas podem ser consideradas amplos e complexos processos de comunicação. Neles, os profissionais se utilizam do que existe de mais moderno nas técnicas de pesquisa, definição de estratégias, comunicação e publicidade” (*op. cit.*, p.40). Por essa razão, há atualmente diversos exemplos de manuais de marketing para campanhas eleitorais que passaram a integrar o uso da internet e das redes sociais e considerarem-nas ferramenta indispensável.

Por exemplo, o site *Marketing Político Hoje*⁹⁶ disponibiliza para download materiais gratuitos sobre marketing político e eleitoral. Dentre os sete e-books disponíveis, um deles é a pesquisa chamada “O Eleitor Conectado Brasileiro”, que tem como objetivo averiguar “o perfil do eleitor conectado brasileiro e seus hábitos de consumo de conteúdo na internet”; outro é um

⁹⁶ Disponível em: <<https://marketingpoliticohoje.com.br/download-marketing-politico-eleitoral/>>. Acesso em 15/02/2024

manual de boas práticas em mídia digital, com “lições e dicas para o posicionamento público de servidores e funcionários da prefeitura na internet”; e os demais abordam em alguma medida, o uso de mídias on-line.

Outro forte indício da presença dessas ferramentas na práxis política e eleitoral é a própria inclusão de considerações sobre propaganda eleitoral em redes sociais no calendário e nas regras do TSE. Por exemplo, para as eleições Municipais de 2024, 16 de agosto é a “data a partir da qual será permitida a propaganda eleitoral, inclusive na internet (Lei nº 9.504/1997, Arts. 36, caput, e 57-A e Res.-TSE nº 23.610/2019, Arts. 2º e 27)”; além de “data a partir da qual a utilização de live por pessoa candidata para promoção pessoal ou de atos referentes a exercício de mandato, mesmo sem menção ao pleito, equivale à promoção de candidatura e constitui ato de campanha eleitoral de natureza pública (Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 29-A, caput e § 1º)”; e “data a partir da qual e até 4 de outubro, poderá haver circulação paga ou impulsionada de propaganda eleitoral na internet (Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 29, § 11º)” (TSE, 2019).

Vale ressaltar também que, ao Capítulo IV da Resolução nº 23.610/2019 do TSE, que trata dos conteúdos político-eleitorais e da propaganda eleitoral na internet, foram acrescentados mais recentemente pela Resolução nº 23.732/2024 obrigações inclusive ao “provedor de aplicação que preste serviço de impulsionamento de conteúdos político-eleitorais[...]”, como, por exemplo, a retificação de que “caracteriza conteúdo político-eleitoral, independente da classificação feita pela plataforma, aquele que versar sobre eleições, partidos políticos, federações e coligações, cargos eletivos, pessoas detentoras de cargos eletivos, pessoas candidatas, propostas de governo, projetos de lei, exercício do direito ao voto e de outros direitos políticos ou matérias relacionadas ao processo eleitoral” (Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 27, § 1º)” (*op. cit.*, 2019).

Essa e as demais implementações feitas mais recentemente à legislação eleitoral brasileira foram regulamentadas pelo TSE incluindo novidades sobre o uso de inteligência artificial. Foram pautadas na resolução:

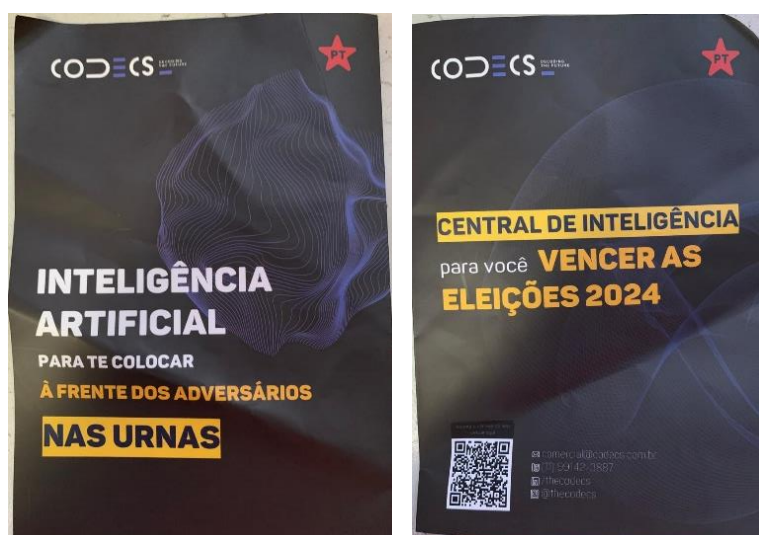
Proibição das *deepfakes*; obrigação de aviso sobre o uso de IA na propaganda eleitoral; restrição do emprego de robôs para intermediar contato com o eleitor (a campanha não pode simular diálogo com candidato ou qualquer outra pessoa); e responsabilização das *big techs* que não retirarem do ar, imediatamente, conteúdos com desinformação, discurso de ódio, ideologia nazista e fascista, além dos antidemocráticos, racistas e homofóbicos⁹⁷ (*op. cit.*, 2019)

⁹⁷ Disponível em <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Fevereiro/tse-proibe-uso-de-inteligencia-artificial-para-criar-e-propagar-conteudos-falsos-nas-eleicoes>>. Acesso em 20/05/2024

Os elementos acima descritos, mostram que a mudança paradigmática promovida pelo desenvolvimento dessa ferramenta de comunicação tem sido rápida e recente, reforçando o necessário empenho de análises que perscrutem como as redes sociais alteram na dinâmica social e, portanto, espacial. Afinal, ao apropriar-se de nova técnica, é de se esperar que a relação da sociedade com os fenômenos em questão (política e eleições neste caso) sejam também impactadas, reverberando-se socioespacialmente.

As redes sociais podem ser entendidas como novo “ativo fundamental”, como Nicolau contrasta ao analisar a conjuntura política atual: “na fundação do PT, o ativo fundamental era o ativismo, a mão de obra que trabalhava pessoalmente” (NICOLAU, 2023). Por exemplo, a Conferência Eleitoral 2024 do PT, realizada pelo Partido dos Trabalhadores e pela Fundação Perseu Abramo (FPA), aconteceu em Brasília nos dias 8 e 9 de dezembro de 2023, com objetivo de dar instruções e informar sobre ferramentas para as campanhas eleitorais do partido nas eleições municipais de 2024. Na ocasião, foi apresentado e distribuído o encarte acima (Figuras 31 e 32), que propagandeava o uso de IA (inteligência artificial) como ferramenta para campanha eleitoral.

Figura 31 – Capa e contra capa de encarte de empresa especializada em uso de IA para campanhas eleitorais



Fonte: encarte distribuído pela empresa CODECS

Figura 32 - Encarte de empresa especializada em uso de IA para campanhas eleitorais



Fonte: encarte distribuído pela empresa CODECS

O exemplo, ainda que não trate especificamente das mídias sociais, mas de outro aparato digital, corrobora Nicolau (2023), ao listar a noção de o que a população quer e a conquista por eleitores como atividades que podem agora ser desempenhadas pela AI - com o acréscimo do serviço de “envio de alertas em tempo real para antecipar crises” e a produção de “relatórios detalhados” sobre o candidato e seus opositores.

A figura do então militante, cuja importância era a de “montar palanque, panfletar voluntariamente, etc., pra gerar eventos políticos que demandava mão de obra, a ideia do partido de massa era essa também, que tinha militante, dedicava horas da vida do militante” (NICOLAU, 2023) tem então sido posta em xeque. Ao menos sobre a maneira que desempenhava suas funções e trabalho (dito) “de base”. Não somente, mas “à luz da queda na filiação partidária, estudos destacaram o uso crescente de apoiadores ou ativistas partidários (não membros plenos) nas atividades de campanha partidária” (TEMPLE, 2023, p. 564).

Nota-se, portanto, que os argumentos giram em torno da ideia de que as redes sociais e novas tecnologias como a IA possuem impacto escalar diferente nas campanhas políticas, com capacidade de chegar a cidadãos antes não encontrados, especialmente devido ao limite geográfico das campanhas tradicionais.

No estudo das “campanhas sem partido” que analisou de 2017 a 2019, Temple (2023) descreve que “as organizações de campanha variaram dramaticamente em estrutura (desde ativistas individuais com grandes plataformas de redes sociais até extensas redes de ‘clicktivists’

[ativistas de clique]) e frequentemente utilizavam dinâmicas de campanha mais associadas a movimentos sociais do que a atores eleitorais estabelecidos, como partidos ou sindicatos” (2023, p. 563, tradução nossa).

Ainda assim, o autor conclui que “Embora algumas dessas campanhas digitais não fossem partidárias [...], muitas eram explicitamente partidárias, mas fora do controle do partido, agindo como satélites: orbitando uma campanha partidária, mas distinta dela” (2023, p. 563, tradução nossa). Não somente, mas em vista dos “custos mais baixos de recursos e o alcance das plataformas de mídia espacial e social, muitas campanhas funcionaram com orçamentos apertados, o que significa que não exigiam registro na Comissão Eleitoral” (op. cit., 2023, p. 564, tradução nossa). Temple relembra que:

[...] as eleições são eventos institucionalizados e os atores institucionalizados (partidos políticos e deputados) continuam a ser os jogadores-chave, e as características espaciais dos sistemas eleitorais são extremamente importantes. Embora deva ser dado mais espaço a outros atores em relação aos desenvolvimentos digitais, ainda faz sentido manter os partidos políticos no centro de qualquer ‘ecossistema eleitoral’ (TEMPLE, 2023, p. 560, tradução nossa)

O impacto de agentes externos na política, nas instituições nacionais e na soberania nacional; a rápida e ampla divulgação de notícias e debates nacionais que ecoam ao redor do mundo; as campanhas (e agendas) políticas que encontram apoiadores noutros países (como a de Donald Trump encontrou no Brasil); as semelhanças entre a Invasão do Capitólio e o ataque terrorista aos Três Poderes em 08/01/2023 (SILVA, SANTOS, *et al.*, 2024; AZEVEDO *et al.*, MIMEO); os movimentos e ativismos sociais já encontrados na literatura, como por exemplo, a Primavera Árabe (WOLFSFELD, SEGEV e SHEAFER, 2013; CASTELLS, 2013), os movimentos *Occupy* (HARVEY, ZIZEK, *et al.*, 2012; CASTELLS, 2013), Black Lives Matter (MUNDT, ROSS e BURNETT, 2018), Me Too (GIBSON, DAVENPORT, *et al.*, 2019), Ni Una Menos (GABARDO e LIMA-LOPES, 2018; FRAIN, 2020), Marcha das Vadias e *Slut Walk* (TOMAZETTI e BRIGNOL, 2015), a luta pela reforma agrária à exemplo do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST) (SOBREIRO FILHO, 2015), o Acampamento Terra Livre (ATL) como exemplo de reivindicação dos povos indígenas brasileiros (ESTEVES, BRITO, *et al.*, 2023), entre outros - deflagram um potencial inerente (e muito explícito) da era das informações e comunicações on-line: sua multi e interesalaridade.

3.2 Redes sociais como instrumento de política de escala nas eleições

Como a literatura apontou, as diferentes estratégias de campanha, das mais tradicionais, como através de entrega dos chamados “santinhos eleitorais” nas ruas⁹⁸, para as mais recentes, como através de impulsionamento de conteúdo on-line, possuem diferentes impactos no objetivo de alcançar o eleitor. Em outras palavras, estratégias de campanha possuem alcance espaciais distintos. Baseada na literatura do tema, a hipótese apresentada é a de que a escalaridade do fenômeno “eleições” está sendo afetada pelo uso das redes sociais. Estas formariam, portanto, um fenômeno recente de mudança de escala na ação política.

O conceito de escala, portanto, é pertinente ao debate proposto, uma vez que se admite nessa pesquisa a inseparabilidade entre tamanho e fenômeno. Souza (2013) defende que a escala geográfica seja subdividida em três: escala do fenômeno, escala de análise e escala de ação. A primeira, escala do fenômeno, diz respeito à magnitude espacial, a abrangência física para descrever um suposto objeto real (por exemplo a extensão de um rio ou o tamanho de um município). Já a escala de análise é que compreende ser necessário, em uma pesquisa, um recorte consciente, uma medida priorizada em detrimento de outras, para fins de melhor observar, dimensionar e mensurar o fenômeno (CASTRO, 2005).

Castro corrobora o entendimento dessa escala como recurso metodológico quando defende que “tão importante como saber que as coisas mudam com o tamanho, é saber exatamente o que muda e como” (CASTRO, 1995, p. 121). A escala de ação, terceira tipificação de acordo com Souza (2013), diz respeito a um raciocínio estratégico sobre o alcance espacial das práticas dos agentes, ou seja, configura-se como prática social, instrumento de estratégia política e, por isso, as escalas de ação são propositadamente dinâmicas e mutáveis (SOUZA, 2013).

Paralelamente, Moore (2008) afirma ser indispensável diferenciar entre as categorias de análise e de prática do conceito de escala, sob risco de cometer equivocada naturalização das escalas, ou seja, tomar o senso comum por critério basilar e, além disso, ressalta o risco em não se fazer tal distinção e acabar configurando a análise como ideológica e política (MOORE, 2018).

Acerca dessa profunda complexidade conceitual de escala, Castro (1995) resume afirmando que “a escala introduz o problema da polimorfia do espaço, sendo o jogo de escalas

⁹⁸ No Brasil, são chamados “santinhos” o tipo de material impresso de campanha eleitoral, de tamanho 7x10cm, que costuma conter, na frente, informações sobre o candidato e, no verso, uma colinha com o número deste candidato já preenchido, além de espaços em branco para o eleitor escrever os números dos demais cargos e levar consigo para consultar na hora que for digitar os números na urna

um jogo de relações entre fenômenos de amplitude e natureza diversas” (CASTRO, 1995, p. 138). Não apenas “de amplitude e natureza diversas”, considera-se que a questão das relações entre fenômenos é também bastante dinâmica e, por vezes (quando analisando a participação das redes sociais em eleições, por exemplo), muito célere.

Apesar de apresentadas separadamente, esse estudo entende que as três concepções de escala se encontram imbricadas no fenômeno das eleições quando na utilização (ou não) das redes sociais. Assim, buscou-se compreender, a partir do recorte das eleições de deputados distritais à CLDF (escala de análise), de que modo os votos de candidatas negras socioeconomicamente desfavorecidas (escala do fenômeno) foram impactados com o advento das redes sociais, analisando o uso destas como estratégia para aumentar o alcance espacial da campanha eleitoral dessas candidaturas e, possivelmente, de seus votos (escala de ação).

Isso significa dizer que a seleção da escala de análise limita as conclusões desse (e de qualquer outro) estudo, já que é um recorte espacial (Distrito Federal) e temporal (eleições de 2022) específico. Porém, essa escolha é metodologicamente fundamental para começar a entender se as redes sociais são realmente estratégias eficazes de mudança de escala do voto de candidatos(as), em especial, de pessoas marginalizadas da política institucional. Assim, busca-se entender se a escala do fenômeno (voto) é alterada a partir das redes sociais como uma escala de ação.

A discussão sobre escala de ação ganha novos contornos a partir do conceito de política de escala (SMITH, 1992), que diz respeito a instrumentos em prol da expansão e inclusão, capazes de solucionar, por exemplo, a exclusão e as limitações impostas pelas fronteiras entre lugares e locais de experiência (SMITH, 1992). Como exemplos, o autor traz o caso de *Homeless Vehicle* e do *Poliscar*, aparatos desenvolvidos em meio a um forte debate anti-gentrificação e de lutas pelo direito dos sem-teto em Nova Iorque.

O *Homeless Vehicle*, consistia em uma estrutura como a de um carrinho de compras de mercado, que fornecia “o espaço e os meios para facilitar algumas necessidades básicas: transporte, sentar, dormir, abrigo, lavar” (SMITH, 1992, p. 54, tradução nossa). Foi desenvolvido consultando pessoas em situação de rua, no contexto do final da década de 1980 em Nova Iorque, quando entre 1% e 1,8% da população da cidade não possuía moradia e, com isso, tinha sua mobilidade espacial dificultada, pois “sem uma casa ou outro lugar para armazenar posses, é difícil se movimentar pela cidade porque você tem que carregar todos os seus pertences com você” (*op. cit.*, tradução nossa). Alguns anos mais tarde, em 1991, o mesmo

artista, Krzysztof Wodiczka, implementou algumas melhorias para criar o *Poliscar*, com a intenção de criar uma rede de comunicação entre estes veículos e seus usuários.

Fica expresso que os equipamentos foram criados não apenas como peças de arte desenvolvidas para serem simbolicamente irônicas, mas deliberadamente funcionais, como aparatos de traspasse de escala, reiterando a ideia de que tais peças estão conectadas às reproduções sociais do dia a dia e à construção espacial em escalas (SMITH, 1992). Não somente, o autor conclui que “ao estabelecer limites, a escala pode ser construída como um meio de restrição e exclusão, um meio de impor identidade, mas uma política de escala também pode se tornar uma arma de expansão e inclusão, um meio de ampliar identidades” (*op. cit.*, p. 78, tradução nossa).

Em resposta à previsão de Marx sobre a tendência da aniquilação do espaço pelo tempo, Smith sugere que “a escala oferece marcos na recuperação do espaço da aniquilação e uma linguagem por meio da qual a rediferenciação do espaço pode ser pioneira em bases sociais livremente discutidas e acordadas” (*op.cit.*, p. 78, tradução nossa). O entendimento da política de escala como articulação (premeditada) de agentes e ações que operam em diferentes níveis escalares, para fins de tornar suas ações mais ou menos potentes e efetivas, e mais, como uma construção que é inexoravelmente relacional, é convergente para alguns estudiosos.

Também versando sobre políticas de escala, Cox (1998) problematiza a comum divisão escalar da política, que de forma dominante distingue-as através de termos que definem qualidades espaciais, como por exemplo, (política) local, regional, nacional etc. Além disso, introduz a reflexão sobre um possível salto de escalas (*jumping scales*), questionando, por exemplo, se políticas de governo local são necessariamente e exclusivamente locais ou se, uma vez “saltadas”, tais políticas locais se tornam menos locais (COX, 1998). Para aprofundar e defender a possibilidade de salto de escalas, Cox (1998) distingue o conteúdo e a forma do espaço político em dois: espaço de dependência e espaço de engajamento (atingido através do salto de escala). São nos espaços de dependência, segundo o autor, onde se estabelecem relações sociais que determinam a realização de interesses locais essenciais, assim como, onde se configura um senso de pertencimento.

Por outro lado, Cox lança luz sobre a possibilidade de que, para saltar escalas, os agentes, que até então limitavam sua atuação a seu espaço de dependência, estabeleçam associações de rede para a construção de espaços de engajamento e, por fim, realizem seus interesses (COX, 1998). *Redes de associações* é outro conceito utilizado por Cox para elucidar a forma que se desdobram os saltos de escala, e que, segundo ele, são justificadas na necessidade

de que, para atingir um interesse local, por vezes é necessário romper a esfera de jurisdição local para aproximar-se de ramos do estado, por exemplo.

Nessa perspectiva, o autor conclui que os agentes geralmente atuam numa troca de relação em um espectro espacial muito mais extenso do que somente dentro das barreiras de um lugar particular, que essas áreas de eventos e troca de forças são constantes e que, por consequência, a satisfação dos interesses locais finda por mudar a geografia (COX, 1998).

Paralelamente, Swyngedouw (1992a) elucida sobre as políticas de escala e a complexidade da relação local-global e aprofunda a interlocução entre as escalas. Por meio da descrição de diversos exemplos cujos personagens foram empresas locais, nacionais, transnacionais, bancos, mercado financeiro, bolsa de valores, mercado especulativo etc., Swyngedouw (1997) atesta que se apela a espaços e lugares de escalas geográficas diferentes para explicar eventos dramáticos com consequências locais, nacionais e internacionais.

Para ele, transformações político-econômicas recentes, por exemplo, “são caracterizadas por um movimento paralelo e simultâneo para a escala menor para a maior, para o local e o global”, o que configura processo da “glocalização” (SWYNGEDOUW, 1997 *apud* (SWYNGEDOUW, 1992a, 1992b)). O uso do conceito de escala, segundo Swyngedouw (1997), pode se dar por ordens distintas ao analisar um mesmo fenômeno e desempenha sentido ora material, ora metafórico, ou seja, há múltiplas perspectivas e níveis escalares, mas que são sempre centrais na observação, compreensão e atuação nos eventos por ele listados.

Na obra de Agnew (1996), reforçando a importância de analisar geograficamente as eleições, o conceito de escala aparece, uma vez que o autor reconhece que o agente humano atuando propicia justamente uma interconexão de escalas – local e global, por exemplo (1996, p. 131). Afirma também que, apesar de resquícios de debates que insistem em estabelecer como antagônicos o particular e o universal, o específico e o geral, quando se trata da dupla antagônica típica da geografia, o local e o global, não se pode contrastá-las na intenção de uma restringir a existência da outra, mas de interdependerem-se. Afinal de contas, segundo Agnew, local e global são escalas necessariamente interconectadas, pois existem e se definem uma em referência a outra.

Na obtenção de votos, candidatos traçam diferentes estratégias para conquistar o eleitor. Há muitas pesquisas que revelam como o candidato tem mais efeitos positivos em angariar apoiadores. Em Sampaio (2021), o autor distingue entre “campanhas tradicionais” – caminhar pela rua cumprimentando eleitores, produção de “santinhos”, posar para fotos, entrar na casa de alguém para tomar café etc. – e “campanhas modernas”, com o uso de canais de

comunicação, em especial a televisão e a internet. Nesse mesmo sentido, Speck e Mancuso (2017) diferenciam os candidatos em relação às suas campanhas como “*street fighters*” e “*media stars*”. Nota-se, portanto, que é um tema fundamental na campanha política as estratégias mais ou menos eficazes para alcançar votos.

Geograficamente, as campanhas se diferenciam em seu alcance espacial, isto é, na escala que esse fenômeno atinge. Algumas das teorias mais famosas na geografia eleitoral analisam práticas espaciais de escala local, como a “amigos e vizinhos” e “vizinhança”. No primeiro caso, o debate foi fundado na obra de Key (1949), cujo argumento dizia que os eleitores tenderiam a votar em pessoas oriundas de seus locais, para além de proximidade ideológica ou social (AZEVEDO, 2023). Para além de ser uma simples relação pessoalista entre candidatos e eleitores, autores em seguida demonstraram que esse fenômeno teria a ver com a campanha política localizada desses candidatos em seus locais de origem e, até mesmo, a partir de uma seletividade espacial das informações que os eleitores possuem (BOWLER, DONOVAN e SNIPP, 1993; JOHNSTON, WICKHAM-JONES, *et al.*, 2016). Em Huckfeldt e Sprague (1987), o efeito amigos e vizinhos é confirmado a partir de uma prevalência da paisagem política (com *posters, banners* etc.) de apenas um candidato em certas áreas. Essas conclusões foram corroboradas em pesquisas recentes (MUNIS, 2021; ZOLNERKEVIC, 2025).

Posteriormente, o debate avançou para o que Cox (1969a) denominou como teoria da vizinhança. Nela, os eleitores funcionam como partes de uma rede através da qual circulam informações políticas, sendo como os nós (recebem, enviam e processam informações durante conversas e interações) e como *links* (atuam em instituições, como partidos, mídia etc.). A eficácia dessas comunicações depende de diversos fatores (*bias*), incluindo a proximidade residencial entre os nós, o que impacta na difusão espacial da informação. Sublinha-se, portanto, a discussão sobre a importância das redes em escala local para angariar votos.

Como já apresentado na seção anterior, as discussões sobre rede social e eleições tendem, portanto, a encolher a importância do localismo nas eleições, já que defendem que a interação via essas plataformas aumenta a escala da campanha. Em outras palavras, as redes sociais funcionariam como uma estratégia de campanha moderna que teria a força de transformar as eleições, facilitando a aproximação com eleitores em potencial e dispersando mais o voto, já que as informações não se limitariam geograficamente.

Porém, algumas pesquisas já contestam parte dessas afirmações. Em Sampaio (2021) o autor analisou os gastos de campanha de 2016 para o cargo de prefeito em todo o país. Ele concluiu que em todos os casos, os gastos se concentram em estratégias tradicionais, tanto em

municípios com grande ou pequena população. Porém, ainda mais interessante, o autor encontrou que há um efeito maior sobre a proporção de votos recebidos dos gastos tradicionais em todos os cortes demográficos analisados. Em Rodrigues (2021), chegou-se à conclusão similar: o aumento dos gastos modernos de campanha não possui relação estatisticamente significativa com o recebimento de votos para o cargo de Senado Federal em 2010 e 2018.

Essas pesquisas ajudam na compreensão do impacto das redes sociais na política, mesmo que limitadas aos cargos de votação majoritária, já que apontam em uma direção importante, mas que ainda necessitam de novas reflexões, pois lidam com todos os candidatos de um modo geral, buscam o número total de votos e não sua dispersão e os pleitos analisados param em 2018.

O conceito de escala é importante nessa análise, pois a literatura aponta que as redes sociais alterariam a dinâmica espacial de uma campanha eleitoral. Todavia, é sabido que alcance de propaganda eleitoral não é garantia de sucesso eleitoral, o que suscita a lacuna de se as redes podem também influenciar no padrão espacial do próprio voto. No sentido de concatenar se há e qual a força do impacto das redes sociais sobre o voto, é interessante acrescentar à análise a tarefa de definir a razão do voto em si. Filho e Praça (*in* FIGUEIREDO, 2008) sugerem sobre o ato do voto que:

Não se trata apenas de olhar a foto do candidato, ou vê-lo falando, para sentir-se bem ou mal. Os afetos eleitorais se inscrevem em redes de encontros sociais muito mais complexos. Afinal, os processos de socialização política são mais amplos do que a relação direta entre candidato e eleitor. Isso porque o que falamos sobre política, nossas preferências, o partido a que nos filiamos, as candidaturas que abominamos, fazem parte de uma definição que oferecemos de nós mesmos. De nossa identidade. Uma identidade política. [...] Apresentar-se como comunista é bastante significativo como estratégia de existência social. (FILHO e PRAÇA *in* FIGUEIREDO, p. 111, 2008)

Pode-se dizer então que o voto é uma manifestação que tem a ver com a trajetória de experiências sociais e políticas do eleitor, “com saberes sociais que lhe permitem identificar o que pega bem e o que não se deve fazer em termos eleitorais” como “num encontro episódico entre uma trajetória no mundo social e uma oferta de candidaturas disponíveis para o consumo” (FILHO e PRAÇA *in* FIGUEIREDO, p. 111, 2008). Esse encontro “pode ser marcado pela estabilidade, ‘porque desde que nasci voto socialista’, ou pela volatilidade, ‘na hora lá eu vejo na lista se algum nome me apetece’”, o que significa que, segundo os autores, estar indeciso “é menos uma questão de equivalência de argumentos e mais de indiferença de afetos” (*op. cit.*, 2008).

Neste sentido, pode-se sugerir que as redes sociais sejam ferramentas com potencial para comunicar e produzir tais afetos, e em escala que outras formas de troca de informação e

outras mídias de comunicação (como a conversa entre vizinhos ou o programa eleitoral televisivo) até hoje não conseguiram. Somado a isso, sabe-se que passado o boom de produção de dados e análises estatísticas propiciado pelas tecnologias virtuais (BARNES, 2004; SHIN, 2015; AZEVEDO, 2023; TEMPLE, 2023), “a abordagem à tecnologia digital, então, passou de pensar sobre a sua utilização como uma ferramenta analítica e comunicativa”, sobretudo através do SIG, para “analisar o seu papel incorporado na estrutura das nossas vidas quotidianas, e as novas geografias e espacialidades que ela própria estava a gerar” (TEMPLE, 2023, p. 561).

Mesmo antes de testemunhar o desenvolvimento das mídias sociais online, Santos corrobora a faceta espacial dos argumentos acima ao apontar sobre a negligência dada à técnica, advogando por estudos que permitissem “uma interpretação da forma como as novas presenças técnicas vêm agindo e transformando o território” (2002, p. 36). Corroborando Santos, Israel destaca que “quando o espaço geográfico se transforma à luz de novas tecnologias, os conceitos interpretativos da ciência geográfica demandam igual exercício de reflexão” (2021, p. 189).

Nos estudos e nas análises sobre as redes sociais - da justificativa de sua gênese, às transformações por ela possibilitadas e influência em fenômenos diversos - o conceito de escala (e os que dela derivam) são aclamados, explícita ou implicitamente. De maneira muito resumida, pode-se dizer que ampliar a escala da comunicação é a razão de ser de toda rede social (seja ela virtual ou não). Granovetter (1973), ainda que não tenha se referido às redes sociais virtuais, propõe sobre a análise de *social networks* (redes sociais não virtuais, tradução nossa) que são “uma ferramenta para relacionar níveis micro e macro da teoria sociológica” (GRANOVETTER, 1973, p. 1360, tradução nossa). Em sua elaboração, destaca implicações em escala macro que podem ser produzidas por uma interação de pequena escala, reforçando assim sua tese sobre a “força dos vínculos fracos”.

Castells conceitua uma rede como “um conjunto de nós interconectados” e sobre a formação de redes explica que “é uma prática humana muito antiga”, mas que “ganham vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet” (CASTELLS, 2003, p. 07). Por exemplo, segundo o autor, sobre as prerrogativas para as mudanças sociais, depois de desencadeado um processo de ação comunicativa, em que um indivíduo compartilha seu sentimento diante de uma ação/condição injusta e encontra identificação de outros, tais “indivíduos entusiasmados, conectados em rede [...] transformam-se num ator coletivo consciente” (CASTELLS, 2013, p. 157). O fato de estarem conectados em rede escala-os de indivíduos a ator coletivo.

Aprofundando sobre características comuns nos movimentos sociais, Castells evidencia o fato de serem “conectados em rede de múltiplas formas” e que são “simultaneamente locais e globais”, condição que atrela justamente ao fato de que “constituem suas próprias redes e constroem seu espaço público ao ocupar o espaço urbano e se conectar às redes da internet”, de forma que “mantém um debate contínuo na internet e algumas vezes convocam a participação conjunta e simultânea em manifestações globais numa rede de espaços locais” (*op. cit.*, p. 161).

Sobre o uso de redes sociais virtuais, Moherdaui também deixa implícita a questão da escala quando, equiparando à previsibilidade estatística dos programas eleitorais televisivos, destaca que “não podemos hoje, e nem iremos conseguir matematicamente, mensurar o efeito de uma campanha na internet. Por exemplo, não sabemos o caminho que uma informação faz ao sair de um *Twitter*, ir para o *Telegram* e passar pelo *WhatsApp*” (MOHERDAUI, 2022). É possível sugerir que o problema de mensuração se dê justamente pela perda do controle do potencial de escalaridade das informações compartilhadas em redes sociais.

Muito próximo ao lançamento da considerada 1ª rede social virtual, Levy (1996) analisa aspectos da virtualização a partir do exemplo do “texto no papel”, lançando mão de categorias geográficas inclusive, que deixa de ocupar uma porção definida do espaço físico, passando a ocupar “virtualmente todos os pontos de rede ao qual está conectado” (1996, p. 20). Torna-se, nas palavras do autor, “desterritorializado”, e mesmo que “seja possível atribuir um endereço a um arquivo digital”, nesta era (da informação on-line) o “imponderável hipertexto não possui um lugar” (*op. cit.*, p. 20).

Avança ao conjecturar sobre “comunidades virtuais”, considerando: “Uma comunidade virtual pode, por exemplo, organizar-se sobre uma base de afinidade por intermédio de sistemas de comunicação telemáticos” onde “a geografia, contingente [que podemos interpretar como espaço absoluto], não é mais nem um ponto de partida, nem uma coerção” e “quando uma pessoa, coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam “não-presentes”, se desterritorializam” (*op. cit.*, p. 20).

Ash *et al.* argumentam que as tecnologias digitais e os dados georreferenciados estão tendo “efeitos profundos na produção do espaço/espacialidade, na mobilidade e na política do conhecimento”, uma vez que “mediam encontros sociais dentro dos espaços e fornecem diferentes formas de conhecer e navegar nos locais [...] aumentando toda uma série de atividades como compras, orientação, passeios turísticos e protestos” (2016, p. 08). Temple (2023) acrescenta à lista de atividades, as eleições.

Sobre dados georreferenciados (que também são coletados através das redes sociais), Temple (2023) encoraja a considerar as tecnologias de informação espacial em rede como mídias espaciais, que lideram um processo de mediação espacial. Ou seja, essas tecnologias não deveriam ser consideradas isoladamente, mas justamente como mediadoras espaciais. Sobre tal mediação reflete que “Não criamos um mundo online e depois entramos nele, deixando para trás o mundo offline. Pelo contrário, a mediação espacial é um fenômeno constitutivo [...] que nunca está completo, mas sempre ‘se tornando’” (TEMPLE, 2023, p. 562) numa lógica que pode ser interpretada como multi-escalar.

Enfim, o esforço encampado até aqui visou trilhar um percurso teórico que permitisse analisar os resultados obtidos e, conforme expresso pelo objetivo principal, concluir se o uso de rede social, sendo uma sabida ferramenta com potencial de aumentar a escala de comunicação em uma campanha política, teria resultados expressos também na escala eleitoral das candidatas participantes, ou seja, na obtenção de votos e sobretudo espraiamento destes votos.

Além disso, vale ressaltar que não se identificou na literatura pesquisas que revelem como diferentes grupos sociais são impactados (ou não) pelas redes sociais em suas campanhas ou em seus resultados eleitorais. É salutar lembrar que esta pesquisa apreciou sobre a candidatura de um grupo bastante específico, mulheres negras socioeconomicamente desfavorecidas e desafiadas na política (que nunca concorreram a outros pleitos). E neste sentido, o que a literatura sobre rede social e política parece desconsiderar são os diferentes tipos de candidatos, cargos e eleitores nessa suposta influência.

CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Apresentação dos resultados de pesquisa sobre perfil das candidatas, mapeamento de votos e netnografia (por participante)

Os dados sobre eleições e perfil das candidatas participantes dessa pesquisa serão separados ao longo desta subseção por candidatas/participantes, a título de organização da apresentação dos resultados. Utilizou-se a ordem alfabética a partir dos nomes completos (e não dos utilizados em urna) das candidatas conforme Tabela 6 abaixo.

Tabela 6 – Candidatas na ordem de apresentação dos resultados

	NOME NA URNA	PARTIDO	VOTOS	RESULTADO (eleita ou não)
1	ALCIONE FERNANDES	PATRIOTA	649	Não foi eleita
2	PAULA TELES	NOVO	220	Não foi eleita
3	MISSIONÁRIA CRISTIANE	PMN	605	Não foi eleita
4	EDNA BORGES	SOLIDARIEDADE	106	Não foi eleita
5	EVA FERNANDES	PTB	546	Não foi eleita
6	GABY SANTOS	PDT	528	Não foi eleita
7	DOUTORA JANE	AGIR	19.006	Eleita
8	MARLY MEDEIROS	SOLIDARIEDADE	65	Não foi eleita
9	RITA MOTA	PSC (Partido Social Cristão)	182	Não foi eleita
10	ROSINHA VIVEIROS	CIDADANIA	61	Não foi eleita
11	SGT VALDINETE	DC (Democracia Cristã)	132	Não foi eleita

Fonte: autoria própria

Para cada uma delas, será apresentado: um aglomerado de informações primárias sobre as participantes; seus mapas eleitorais; possíveis informações e/ou curiosidades encontradas on-line sobre a atuação política, profissional, partidária e/ou de militância; quadros anexo ([Apêndice 1](#)) informando qualitativamente sobre suas postagens em redes sociais (Facebook, Instagram e/ou Twitter), que podem ser acessados via código QR abaixo ou link; e dados

produzidos em entrevistas (em 1ª etapa, abertas ou não estruturadas, e em 2ª etapa, semiestruturadas).

Apêndice 1 - Quadros 3 a 23 – postagens de Facebook, Instagram e/ou Twitter/X das candidatas participantes (código QR para acesso)



Sobre as informações ditas primárias, elas são as que foram disponibilizadas no site do TSE⁹⁹, autodeclaradas no momento do registro de candidaturas. Nesta seção foram informados os dados interpretados como indispensáveis a esta análise. São eles: nome completo; data de nascimento; gênero; cor/raça; estado civil; naturalidade; grau de instrução ocupação partido; lista de bens declarados e receita (recursos financeiros recebidos para fins de campanha eleitoral).

Os mapas produzidos que serão apresentados abaixo (Mapas 2 a 12) utilizam-se da subdivisão do DF em suas 19 zonas eleitorais para contabilizar os votos. Vale lembrar que tais zonas eleitorais não necessariamente correspondem à divisão político-administrativa local da cidade/município e do DF, conforme foi explicitado no Mapa 1 (p. 41). Além disso, onde a legenda apresenta a porcentagem em intervalos de classes, não necessariamente o dado corresponde ao mínimo e máximo percentual de votos obtidos, mas informa o intervalo no qual a porcentagem de votos em questão está inserida.

Participante 1 – candidata Alcione Fernandes (PATRIOTA)

Alcione Fernandes da Cruz foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido PATRIOTA, e seu número na urna foi 51533. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça parda; estado civil divorciada; com grau de instrução ensino médio completo; ocupação de servidora pública estadual; nascida em 16/03/1979 (43 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$5.000,00, dos quais 100% foram categorizados Doação de Partidos (cujo nome do doador declarado era “Direção Nacional”). Conforme dito na seção 1.3 (Recorte de

⁹⁹ Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais do TSE. Disponível em: <<https://www.tre-ap.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatistica-do-eleitorado-por-municipio-zona>>. Acesso em 20/10/2022

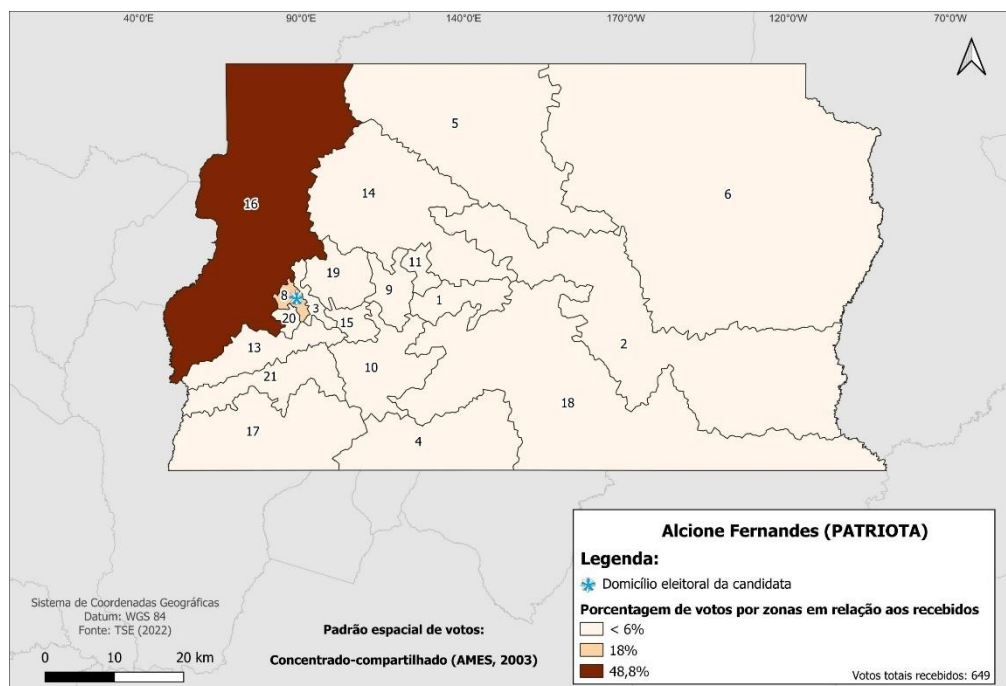
participantes – sobre as candidatas selecionadas), reitera-se que a candidata concorreu a cargo político pela primeira vez nas eleições em análise, de 2022.

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, encontrou-se que a participante foi criada e mora na Ceilândia (região na qual obteve maior concentração de voto). Ela concorreu às eleições para conselheiros tutelares do DF, em 01/10/2023 (exatamente um ano após o 1º turno da Eleição Geral Federal de 2022), pela RA da Ceilândia, foi eleita com 349 votos e é atualmente conselheira tutelar da região.

De acordo com postagens em redes sociais, a participante expressou em 2023, ser contrária ao aborto; em 2022, fez campanha contra o trabalho infantil; participou de evento na presença da ex-primeira dama Michele Bolsonaro em 2022; participou de evento na Ceilândia do Movimento Habitacional e Cidadania das Pessoas com Deficiência (Mohciped-DF), na presença do governador Ibaneis Rocha; mostrou-se favorável a campanha de combate à exploração sexual infantil em postagens de 2022 e 2021; fez postagem contrária ao preconceito racial, por ocasião do Dia de Consciência Negra em 2020; relativa concorreu pela Ceilândia às eleições de conselheiro tutelar em 2019, fez algumas postagens no Instagram e Facebook referente a campanha eleitoral para o cargo, e também foi eleita à época.

Sobre sua campanha eleitoral de 2022, as postagens retratam: encontros com “amigos e lideranças”, com “lideranças da comunidade”, com lideranças das quadras da Ceilândia, com times de futebol da região, com lojistas e empreendedores da região, eventos com o governador Ibaneis Rocha, festas de amigos, eventos, bares e torneios de futebol no Setor O (setor da região) e evento conjunto com candidato a deputado federal pelo mesmo partido. Nada mais de relevante para essa pesquisa sobre a candidata foi encontrado.

Mapa 2 – Mapa de votos da candidata Alcione Fernandes (PATRIOTA)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Alcione Fernandes (PATRIOTA), segundo dados do TSE (2022a), obteve 649 votos válidos, 0,04% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 2, desse total de votos, 48,8% (317 votos) se concentraram na zona eleitoral nº 016 (que engloba parte da RA da Ceilândia, a Ceilândia Norte, e Brazlândia). Na zona eleitoral nº 008 (Ceilândia Centro), concentraram-se 18% (117 votos) dos votos e em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi menor que 6% (39 votos). O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), as regiões administrativas da Ceilândia Norte e Brazlândia, referentes a zona eleitoral nº 016, na qual houve maior concentração de votos, pertencem a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Oeste no DF. Dados socioeconômicos da Ceilândia informam que: a população total é de 350.347 pessoas; das quais 160.298 são pardas, 48.881 são pretas e 136.214 são brancas; 184.322 são mulheres e 166.025 são homens; 199.008 nasceram no DF e 151.339 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 93,5% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA)¹⁰⁰, 54,4% são

¹⁰⁰ População em idade ativa (PIA) são pessoas com 14 anos ou mais.

economicamente ativas (156.177 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 4.491,10 e valor médio por pessoa de R\$ 1.727,50; índice de Gini da renda domiciliar de 0,48, e por pessoa de 0,49; 5278.681 pessoas possuem celular para uso pessoal e 282.427 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Dados socioeconômicos de Brazlândia informam que: a população total é de 55.879 pessoas; das quais 32.126 são pardas, 6.511 são pretas e 15.815 são brancas; 28.825 são mulheres e 27.054 são homens; 36.601 nasceram no DF e 19.278 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 94,7% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 62,5% são economicamente ativas (27.765 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ R\$ 3.425,60 e valor médio por pessoa de R\$ \$ 1.213,60; índice de Gini da renda domiciliar de 0,4, e por pessoa de 0,4; 45.044 pessoas possuem celular para uso pessoal e 45.928 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

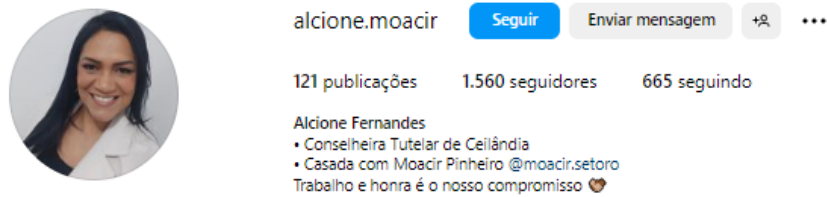
Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook e Instagram. Nos Quadro 3 e 4 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens feitas durante o período de campanha eleitoral, cuja regulamentação do TSE permitia que fossem feitas de 16/08/2022 até as 22h do dia 01/10/2022 (com exceção de propagandas pagas, cujo prazo era 30/09/2022). Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a candidata foi encontrada sob o nome de Alcione Fernandes¹⁰¹. No Quadro 3, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos”, que foram ilustrados pelos símbolos gráficos da própria plataforma, conforme apresentado em anexo. Desde a última postagem no perfil do Facebook (durante período de campanha eleitoral), que foi feita em 25/09/2022, a candidata fez três postagens até a data de 01/09/2023, quando posta material de campanha como candidata a eleição de Conselheiros(as) Tutelares no DF (que ocorreu em 01/10/2023).

Conforme Figura 33 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de Instagram: 121 publicações, 1.560 seguidores, estava seguindo 665 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

¹⁰¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/profile.php?id=100006761748098>>. Acesso em 05/03/2024

Figura 33 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 1



Fonte: Instagram

No Instagram, a candidata foi encontrada pelo nome @alcione.moacir¹⁰². No Quadro 4, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas” e o número de “comentários” (a plataforma Instagram não informa o número de “compartilhamentos”). Desde a última postagem no perfil do Instagram relativa à sua campanha eleitoral como candidata a CLDF, que foi feita em 03/10/2022, a candidata fez apenas uma postagem até a data de 08/09/2023, quando posta material de campanha como candidata a eleição de Conselheiros(as) Tutelares no DF (que ocorreu em 01/10/2023). Mais quatro postagens referentes a sua campanha para conselheira tutelar foram feitas até 05/09/2023, data da última postagem em seu perfil @alcione.moacir no Instagram. Não foram encontradas outras postagens, relativas à candidatura da participante ou outras, que fossem relevantes para essa análise.

Participante 2 – candidata Paula Teles (NOVO)

Ana Paula Rodrigues Teles foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido NOVO, e seu número na urna foi 30830. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Palmas (TO); de cor/raça parda; estado civil solteira; com grau de instrução ensino fundamental completo; declarou ocupação de cientista política¹⁰³; nascida em 06/04/1994 (28 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$3.041,53, dos quais 100% foi classificado Doação de Partidos (cujos nome dos doadores declarados eram Direção Estadual/Distrital e Direção Nacional).

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, encontrou-se que a participante é umbandista, mãe e estudou Ciência Política na UDF. Nas redes sociais,

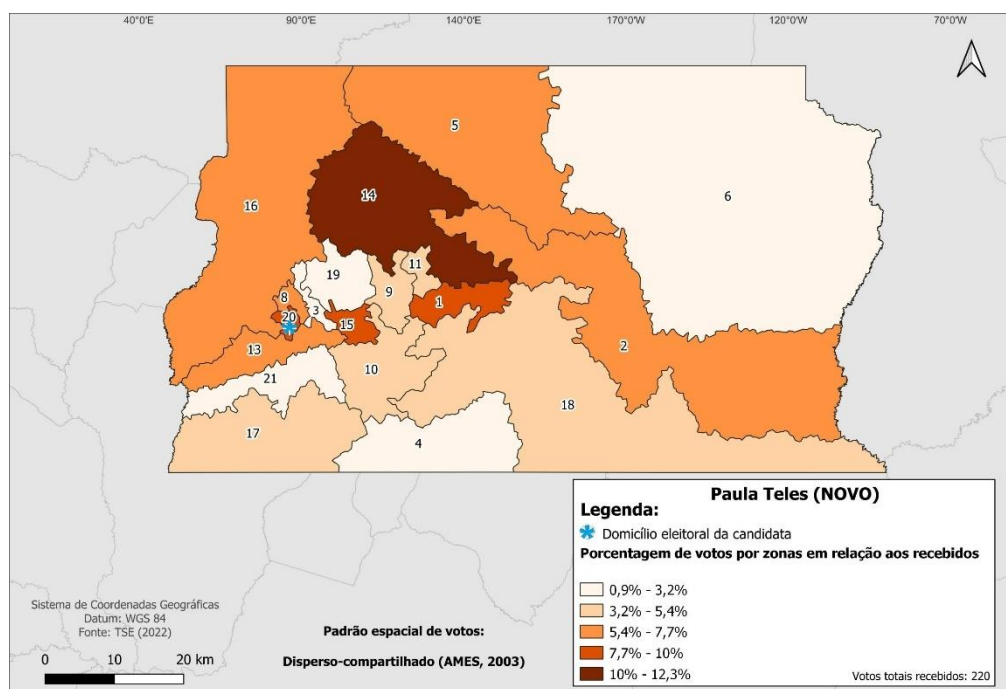
¹⁰² Disponível em: < <https://www.instagram.com/alcione.moacir/>>. Acesso em 05/03/2024

¹⁰³ Em razão desses dados serem autodeclarados ao TSE no momento do registro da candidatura, há nesse caso a divergência entre a declaração de grau de escolaridade e ocupação. Em verificação das informações, concluiu-se que a candidata cursava ensino superior no período da candidatura, mas veio a graduar-se com ensino superior completo apenas após o ano eleitoral de 2022

replicou postagens com críticas a regulação das redes sociais em 2023, fez críticas ao presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva e ao ex-presidente Jair Bolsonaro, bem como a candidatos de oposição que se juntaram por ocasião das eleições de 2022.

Também contestou notícias de fraude nas eleições de Lula atrelando tal alegação a “dificuldade de reconhecer a democracia”, ainda em 2022 participou de evento do partido Novo no DF por ocasião do Dia das Mulheres e criticou evento com participação do ex-presidente, por mesma ocasião, em que “os palestrantes são todos homens”, ao que defendeu haver “mulheres, lideranças políticas fortes, qualificadas para participar de um debate que quer incentivar a participação da mulher na política”. Nada mais de relevante para essa pesquisa sobre a candidata foi encontrado.

Mapa 3 – Mapa de votos da candidata Paula Teles (NOVO)



Fonte: produzido em QGIS, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Paula Teles (NOVO), segundo dados do TSE (2022a), obteve 220 votos válidos, 0,01% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme retratado no Mapa 3, desse total de votos, 12,3% (27 votos) se concentraram na zona eleitoral nº 014 (Asa Norte). Nas zonas eleitorais nº 001 (Asa Sul), nº 015 (Águas Claras) e nº 020 (Ceilândia Sul, seu domicílio eleitoral), concentraram-se 7,7% a 10% dos votos, e em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi abaixo de 7,7%. O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo disperso-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), os dados socioeconômicos da região administrativa da Asa Norte, referente a zona eleitoral nº 014, na qual houve maior concentração de votos, informam que: a população total é de 118.450 pessoas; das quais 37.099 são pardas, 10.149 são pretas e 69.105 são brancas; 62.633 são mulheres e 55.817 são homens; 42.244 nasceram no DF e 76.206 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 99,2% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 57% são economicamente ativas (59.609 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 11.012,60 e valor médio por pessoa de R\$ 5.985,20; índice de Gini da renda domiciliar de 0,44, e por pessoa de 0,43; 109.362 pessoas possuem celular para uso pessoal e 107.562 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook, Instagram e antigo Twitter (agora X). Nos Quadros 5 e 6 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens feitas durante o período de campanha eleitoral. Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Paula Teles¹⁰⁴. No Quadro 5, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos”. Nesta rede, não foram encontradas mais postagens relativas à candidatura da participante, assim como outras que fossem relevantes para essa análise.

No Instagram, conforme Figura 34 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil: 211 publicações, 1.107 seguidores, estava seguindo 1.060 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 34 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 2



eupaulateles [Seguir](#) ...

211 publicações 1.107 seguidores 1.060 seguindo

Paula Teles

[@eupaulateles](#) ✓

É do ouro de oxum que é feita a armadura que guarda meu corpo.💛🇧🇷

Fonte: Instagram

¹⁰⁴ Disponível em: < <https://www.facebook.com/anapaula.teles.391420>>. Acesso em 05/03/2024

No Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @eupaulateles¹⁰⁵, todavia, o perfil da candidata é fechado, o que significa que não pode ser acessado por pessoas que não sejam autorizadas por ela. Conforme Figura 35 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de X/Twitter: 339 posts, 15 seguidores, estava seguindo 80 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 35 – Descrição de perfil do X/Twitter da candidata 2



Fonte: X/Twitter

No X/Twitter, a candidata pode ser encontrada pelo nome @eupaulateles¹⁰⁶. No Quadro 6, estão as postagens, suas referidas datas, o número de *reply* (resposta), o número de *repost* (repostagem) e o número de *like* (curtida). Além das destacadas em anexo, no X/Twitter, não foram encontradas mais postagens relativas à candidatura da participante ou outras que fossem relevantes para essa análise.

Participante 3 – candidata Missionária Cristiane (PMN)

Cristiane Santos de Oliveira foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo Partido da Mobilização Nacional (PMN), e seu número na urna foi 33000. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça parda; estado civil casada; com grau de instrução ensino médio completo; ocupação “agente administrativo”; nascida em 23/04/1979 (43 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$23.333,20, dos quais R\$20.000,00 (85,71%) foi classificado Doação de Candidatos (cujo nome da doadora declarada era Mônica Vitoria dos Santos da Costa, candidata a deputada federal em 2022 pelo PMN).

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, encontrou-se

¹⁰⁵ Disponível em: < <https://www.instagram.com/eupaulateles/>>. Acesso em 05/03/2024

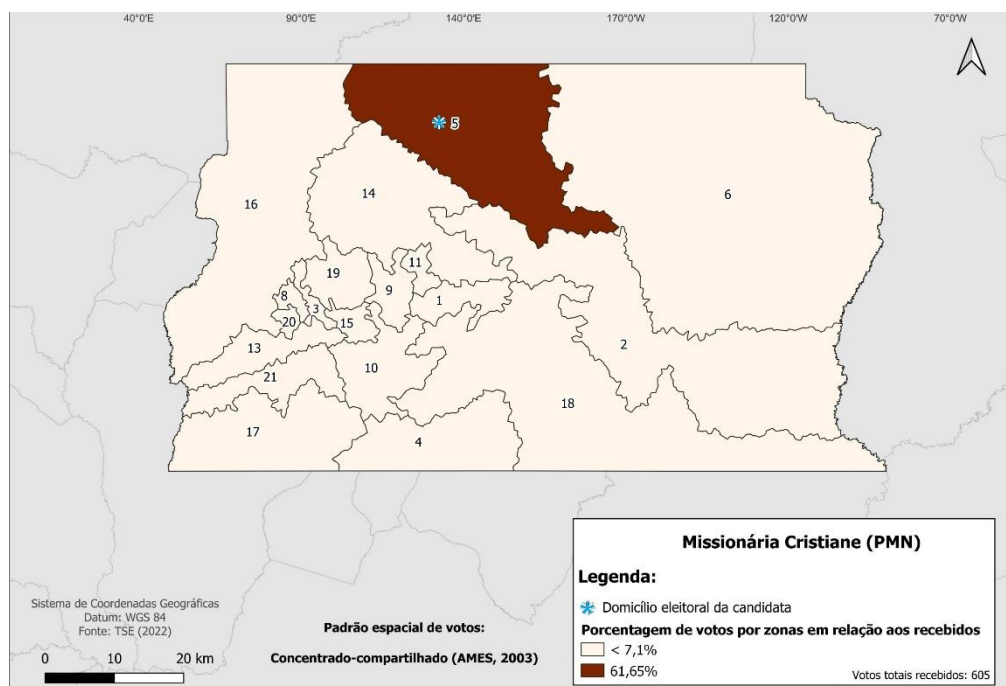
¹⁰⁶ Disponível em: < <https://twitter.com/eupaulateles>>. Acesso em 05/03/2024

que a participante é cristã, mãe, declara-se defensora da “saúde, infraestrutura e apoiadora de movimentos sociais”. Participou das eleições para Conselheiros Tutelares do DF em outubro de 2023, utilizou as redes sociais para postar conteúdo de campanha para tal e foi eleita conselheira tutelar em Sobradinho II (parte da região administrativa de Sobradinho) com 233 votos. É bastante atuante em cultos e semelhantes, aparecendo em inúmeras postagens como líder religiosa/pastora em celebrações religiosas. Em grande parte delas, aparece fazendo referência a encontros religiosos e grupos apenas de mulheres.

Sobre sua campanha eleitoral em 2022, as postagens retratam: filiação ao PMN em março de 2022; evento de lançamento de pré-candidatura com candidato a deputado federal pelo mesmo partido na RA da Fercal; campanha eleitoral em comunidades terapêuticas; distribuição de adesivos dela de campanha; encontro com grupo de mulheres; reunião de lideranças e com comerciantes de Sobradinho II e vídeo denúncia de reclamações de “líderes” na Fercal.

Pode-se destacar um design padrão específico (denotando algum grau de investimento em conteúdo para redes sociais) na maioria das postagens durante o período de campanha eleitoral, assim como promessas de campanha relativas à infraestrutura a ser implementada nas RAs de Sobradinho e Fercal. Nada mais de relevante para essa pesquisa sobre a candidata foi encontrado.

Mapa 4 – Mapa de votos da candidata Missionária Cristiane (PMN)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Missionária Cristiane (PMN), segundo dados do TSE (2022a), obteve 605 votos válidos, 0,04% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 4, desse total de votos, 61,65% (373 votos) se concentraram na zona eleitoral nº 005 (Sobradinho), seu domicílio eleitoral. Em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi igual ou menor que 7,1% (43 votos). O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa de Sobradinho, referente a zona eleitoral nº 005, na qual houve maior concentração de votos, pertence a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Norte no DF. Dados socioeconômicos de Sobradinho informam que: a população total é de 73.438 pessoas; das quais 31.962 são pardas, 12.144 são pretas e 28.354 são brancas; 38.895 são mulheres e 34.543 são homens; 39.259 nasceram no DF e 34.179 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 96,6% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 55,7% são economicamente ativas (34.058 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 6.010,80 e valor médio por pessoa de R\$ 2.619,30; índice de Gini da renda domiciliar de 0,47, e por pessoa de 0,47; 61.546 pessoas possuem celular para uso pessoal e 62.752 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook e Instagram. Nos Quadros 7 e 8 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens de durante o período de campanha eleitoral. Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a página da candidata pode ser encontrada sob o nome de Missionária Cristiane¹⁰⁷, assim como o perfil dela pode ser encontrado pelo nome de Cristiane Oliveira¹⁰⁸. No Quadro 7, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos” do perfil (e não da página) do Facebook da candidata.

Conforme Figura 36 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de Instagram: 259 publicações, 1.094 seguidores, estava seguindo 1.730 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/missionariacristiane2022>>. Acesso em 05/03/2024

¹⁰⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/missionariacristianebr>>. Acesso em 05/03/2024

Figura 36 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 3



Fonte: Instagram

No Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @missionariacristianedf¹⁰⁹. No Quadro 8, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas” e o número de “comentários” (a plataforma Instagram não informa o número de “compartilhamentos”). Desde a última postagem no perfil do Instagram relativa à sua campanha eleitoral como candidata a CLDF, que foi feita em 01/10/2022, a candidata fez inúmeras postagem até a data de 01/09/2023, quando inicia postagem de material de campanha como candidata a eleição de Conselheiros(as) Tutelares no DF (que ocorreu em 01/10/2023). Ao todo, sete postagens referentes a sua campanha para conselheira tutelar foram feitas até 24/09/2023. Seu perfil @missionariacristianedf no Instagram segue ativo e com postagens até a data presente. Não foram encontradas outras postagens, relativas à candidatura da participante ou outras, que fossem relevantes para essa análise.

Participante 4 – candidata Edna Borges (SOLIDARIEDADE)

Edna Borges Correa foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido SOLIDARIEDADE, e seu número na urna foi 77727. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata se autodeclarou de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça preta; estado civil solteira; com grau de instrução ensino médio completo; ocupação de produtora agropecuária; nascida em 06/08/1968 (54 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$0,00. Conforme dito na seção 1.3 (Recorte de participantes – sobre as candidatas selecionadas), reitera-se que a candidata concorreu a cargo político pela primeira vez nas eleições em análise, de 2022.

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, foram

¹⁰⁹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/missionariacristianedf/>>. Acesso em 05/03/2024

encontradas reportagens sobre os presos pelo ato golpista de 08/01/2023¹¹⁰. Segundo reportagens de O Globo¹¹¹, uma lista de presos divulgada em 18/01/2023 pela Secretaria de Administração Penitenciária do DF (Seape-DF) incluía 1,3 mil detidos, dos quais ao menos 45 já haviam sido candidatos a cargos eletivos na última década, 6 deles no DF.

Dentre estes, estava o nome e data de nascimento da participante Edna Borges, presa na Colmeia (penitenciária feminina do DF). Algumas das manchetes procuram relacionar a esquerda e o PT (Partido dos Trabalhadores, partido do presidente em exercício, Luiz Inácio Lula da Silva) aos atos golpistas devido ao partido pelo qual a candidata concorreu (Solidariedade) integrar coligação junto do PT no 2º turno das eleições de 2022, e também por informações sobre a ex-filiação partidária da então candidata.

Há também alegação de que a participante fosse ré em processo que a acusa de participar de organização criminosa¹¹². Segundo dados da Seape-DF¹¹³, até a data de finalização da escrita desta pesquisa, a participante Edna Borges Correa seguia presa em penitenciária do DF.

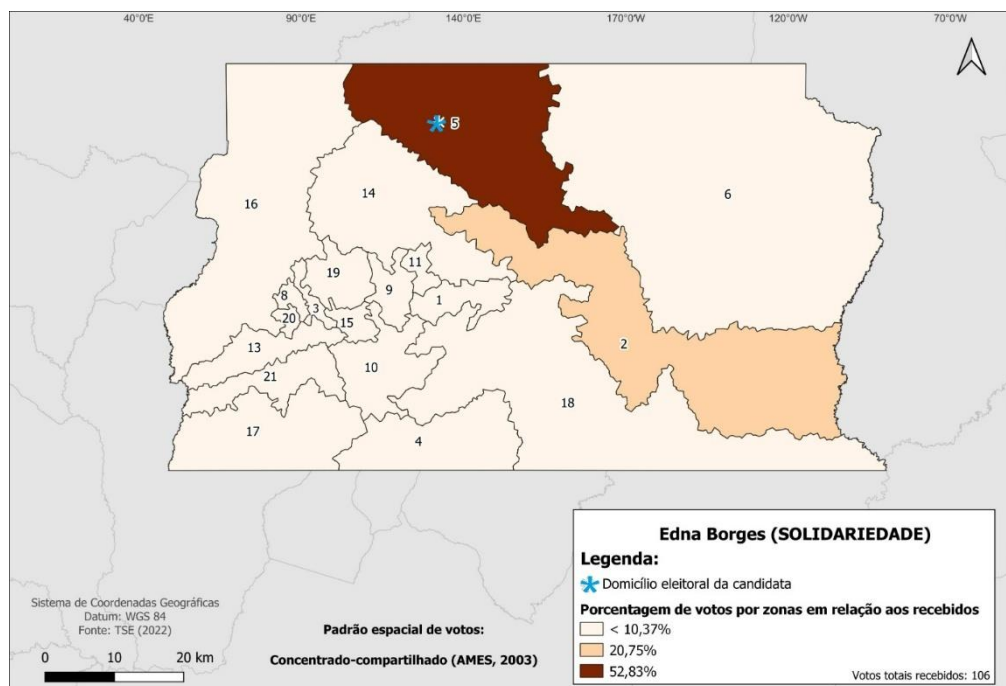
¹¹⁰ Em 08/01/2023 apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro invadiram e depredaram o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e o Supremo Tribunal Federal. Entre 8 e 9 de janeiro de 2023, 2.170 pessoas foram presas, e o MPF denunciou 1.413 pessoas por tentativa de golpe de Estado. Os crimes cometidos foram de: associação criminosa armada; abolição violenta do Estado Democrático de Direito; tentativa de golpe de Estado; dano qualificado contra o patrimônio da União; e deterioração de patrimônio tombado. Após um ano do atentado, 66 pessoas seguem presas, 33 são réus denunciados, 25 são investigados e 8 são condenados.

¹¹¹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/01/pelo-menos-45-presos-por-atos-golpistas-ja-foram-candidatos-em-eleicoes-passadas-veja-a-lista.ghtml>>. Acesso em 14/03/2024

¹¹² Disponível em: <<https://revistaeste.com/politica/exclusivo-filiados-a-partidos-de-esquerda-estavam-no-8-de-janeiro/>>. Acesso em 14/03/2024

¹¹³ Disponível em: <<https://graficos.poder360.com.br/vHQrd/4/>>. Acesso em 14/03/2024

Mapa 5 – Mapa de votos da candidata Edna Borges (SOLIDARIEDADE)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Edna Borges (SOLIDARIEDADE), obteve 106 votos válidos, 0,01% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 5, desse total de votos, 52,83% (56 votos) se concentraram na zona eleitoral nº 005 (Sobradinho). Na zona eleitoral nº 002 (que engloba as regiões administrativas do Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte), concentraram-se 20,75% (22 votos) dos votos, e em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi de 10,37% (11 votos) ou menos. O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa de Sobradinho, referentes a zona eleitoral nº 005, na qual houve maior concentração de votos, pertencem a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Norte no DF. Dados socioeconômicos da Sobradinho informam que: a população total é de 73.438 pessoas; das quais 31.962 são pardas, 12.144 são pretas e 28.354 são brancas; 38.895 são mulheres e 34.543 são homens; 39.259 nasceram no DF e 34.179 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 96,6% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 55,7% são economicamente ativas (34.058 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 6.010,80 e valor médio por pessoa de

R\$ 2.619,30; índice de Gini da renda domiciliar de 0,47, e por pessoa de 0,47; 61.546 pessoas possuem celular para uso pessoal e 62.752 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso da plataforma de rede social Facebook. No Quadro 9 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há uma postagem feita durante o período de campanha eleitoral. No Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Edna Borges Correa¹¹⁴. Apesar de ter declarado usar a rede social para fins de campanha, a última postagem da participante data de julho de 2019, conforme consta o Quadro 9, e em nada diz respeito à campanha eleitoral. A participante não possui perfil nas demais redes sociais analisadas (Instagram e X, antigo Twitter). Não foram encontradas outras postagens, relativas à candidatura da participante ou outras, que fossem relevantes para essa análise.

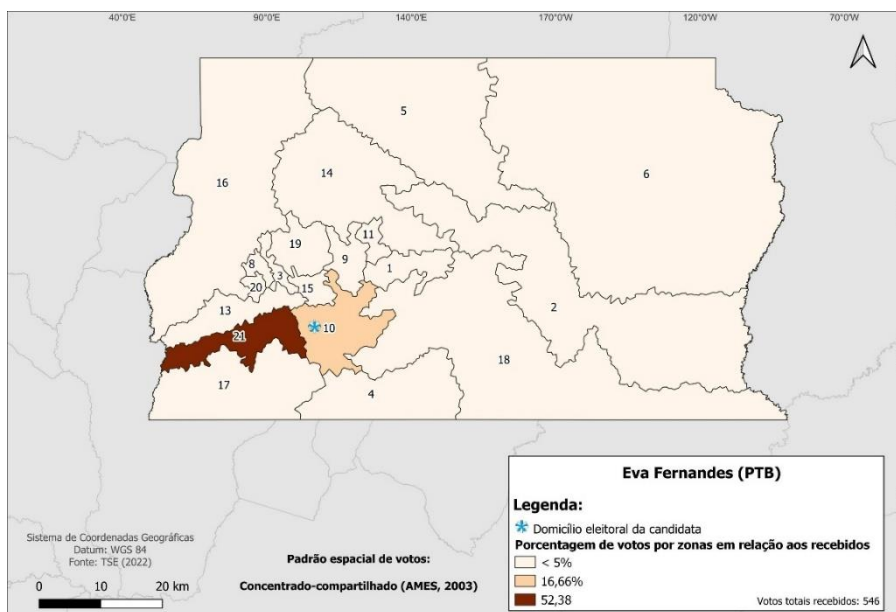
Participante 5 – candidata Eva Fernandes (PTB)

Eva Lucia Fernandes de Assis foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), e seu número na urna foi 14144. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Formosa (GO); de cor/raça preta; estado civil separada judicialmente; com grau de instrução ensino médio completo; ocupação de técnica de enfermagem e assemelhados (exceto enfermeiro); nascida em 28/02/1973 (49 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$25.000,00, dos quais 100% foram categorizados Doação de Partidos (cujo nome do doador declarado era Direção Estadual/Distrital).

Ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, nada sobre a participante foi encontrado.

¹¹⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/ednaborgescorrea.borgescorrea>>. Acesso em 05/03/2024

Mapa 6 – Mapa de votos da candidata Eva Fernandes (PTB)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Eva Fernandes (PTB), segundo dados do TSE (2022a), obteve 546 votos válidos, 0,03% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 6, desse total de votos, 52,38% (286 votos) se concentrou na zona eleitoral nº 021 (Recanto das Emas). Na zona eleitoral nº 010 (Núcleo Bandeirante), que é também seu domicílio eleitoral, concentrou-se 16,66% (91 votos) dos votos e em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi menor que 5%. O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa de Recanto das Emas, referente à zona eleitoral nº 021, na qual houve maior concentração de votos, pertence a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Sul do DF. Dados socioeconômicos de Recanto das Emas informam que: a população total é de 133.564 pessoas; das quais 71.236 são pardas, 18.135 são pretas e 40.559 são brancas; 69.335 são mulheres e 64.229 são homens; 78.244 nasceram no DF e 55.320 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 92% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 59,9% são economicamente ativas (64.620 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 3.226,30 e valor médio por pessoa de R\$ 1.154,80; índice de Gini da renda domiciliar de 0,42, e por pessoa de 0,4; 107.878 pessoas possuem celular para uso pessoal e 114.522 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook e Instagram. Nos Quadros 10 e 11 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens de durante o período de campanha eleitoral. Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Eva Lucia Fernandes¹¹⁵. No Quadro 10, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos”. Desde a última postagem no perfil do Facebook (durante período de campanha eleitoral), que foi feita em 03/10/2022, a candidata fez seis postagens até a data de 13/03/2024. Conforme Figura 37 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de Instagram: 150 publicações, 597 seguidores, estava seguindo 876 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 37 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 5



Fonte: Instagram

No Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @evafernandesoficial¹¹⁶. No Quadro 11, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas” e o número de “comentários” (a plataforma Instagram não informa o número de “compartilhamentos”). Desde a última postagem no perfil do Instagram relativa à sua campanha eleitoral como candidata a CLDF, que foi feita em 27/09/2022, a candidata fez 17 postagens até 31/07/2023, data de sua última postagem nesta rede social. Não foram encontradas outras postagens, relativas à candidatura da participante ou outras, que fossem relevantes para essa análise.

Participante 6 – candidata Gaby Santos (PDT)

Gabrielly Leticya Lopes dos Santos foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT), e seu número na urna foi 12321. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a

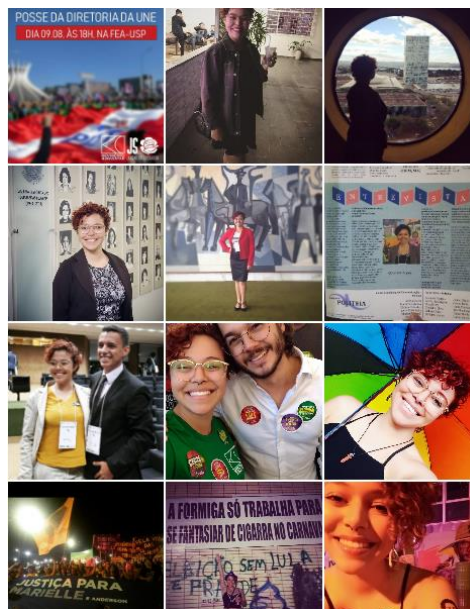
¹¹⁵ Disponível em: < <https://www.instagram.com/evafernandesoficial/>>. Acesso em 05/03/2024

¹¹⁶ Disponível em: < <https://www.instagram.com/evafernandesoficial/>>. Acesso em 05/03/2024

candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça parda; estado civil solteira; com grau de instrução ensino médio completo; ocupação de “estudante, bolsista, estagiário e assemelhados”; nascida em 05/02/1999 (23 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$44.843,47, dos quais as maiores partes foram classificadas Doação de Partidos (R\$32.950,00, 73,48%, cujo nome do doador declarado era “Direção Estadual/Distrital PDT”) e Doação de Candidatos (R\$6.944,45, 15,49%, cujo nome da doadora declarado era Leila Gomes de Barros Rego, conhecida como “Leila do Vôlei”, candidata a governadora do DF em 2022 pelo mesmo partido).

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, encontrou-se que a participante se declara bissexual, periférica, antiproibicionista (favorável a descriminalização e legalização da cannabis), contrária a gestão militarizada de escolas no DF e ativa em militância por pautas tidas “progressistas”. A figura abaixo (Figura 38), reflete parte do aspecto de militância (com referência a UNE, a defesa de mulheres na política, apoio à candidatos de esquerda, à pauta LGBTQ+, à justiça pelo assassinato de Marielle Franco, e ao carnaval) que a participante mantém em seus perfis de rede sociais:

Figura 38 – Perfil de militância da participante 6



Fonte: Instagram (@gabysantospdt)

Sobre sua campanha eleitoral em 2022, as postagens retratam que divulgou e realizou agenda de campanha em diversas RAs do DF, com distribuição de material impresso próprio e

de correligionários (adesivos, adesivos perfurados para carro, panfletos, adesivos do tipo colinha, placas estilo “pirulitos”, etc.). Em vários momentos, atrelou seu nome às candidaturas majoritárias do partido (Ciro Gomes, ex-candidato à presidência, Leila do Vôlei que concorria a governadora do DF, Joe Valle, ex-candidato ao Senado).

Dentre as participantes, é a candidata que parece ter tido maior apoio de líderes do próprio partido, como dos majoritários acima descritos, de Juliana Brizola (ex-deputada federal pelo RS e neta de Leonel Brizola), e da JS (Juventude Socialista, corrente jovem do PDT), contando com vídeos de apoio e divulgação da sua candidatura. Com frequência, também repostou divulgações da campanha dos candidatos a cargos majoritários de seu partido.

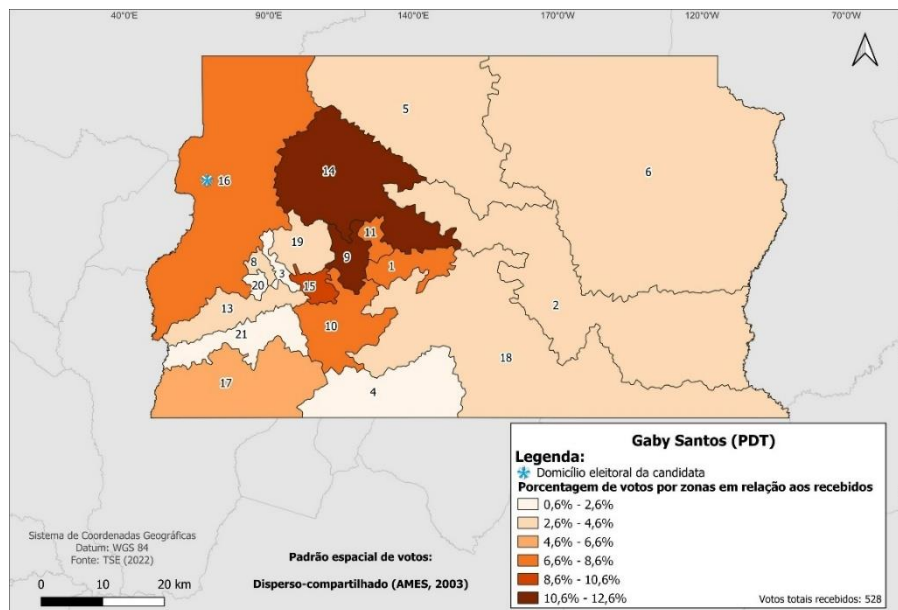
Produziu jingle (música tema) de campanha, teve mais de uma inserção de vídeos seus (e do ex-candidato Ciro Gomes declarando apoio) em horário eleitoral da TV aberta e, similarmente, denota entre as participantes, ter sido uma das candidatas que contou com maior variedade de material não virtual para divulgação de seu nome, além de relatar ter alugado carro “a base de muito esforço” para a campanha, que antes vinha sendo feita de ônibus.

Manteve frequentes análises sobre a política e campanha nacional, mas manteve ênfase nas questões de política local; promete plantar o quantitativo de votos que receber em mudas no DF; divulga promessas de campanha relativas à “Propostas para as Mulheres”, “Propostas de Diversidade”, “Propostas para a Juventude”. Fez reiteradas críticas a polarização entre os principais candidatos à presidência (Lula e Bolsonaro) e acusações frequentes a campanha e ao então candidato à presidência pelo PT.

Denota-se pelas postagens, que a participante lança mão da linguagem das redes sociais, tanto pela estética do material postado, quanto por frases como “Me segue no Instagram que eu conto mais!”. Também fez uso constante de hashtags e marca correligionários utilizando o @ e nome do perfil; posta montagens em formato de meme; gravou e divulgou vídeos para a rede social TikTok¹¹⁷ e pode-se destacar um design padrão específico e criativo na maior parte de suas postagens (com cores, figuras e linguagem bastante voltada para a juventude).

No dia seguinte a votação, declara estar “muito feliz” por sua campanha ter sido feita “sem dinheiro, sem apoio do partido, somente dos movimentos (Juventude Socialista), sem estrutura” e que ainda assim conquistaram “belos 528 votos”. Em seguida, declara apoio ao candidato Lula no 2º turno, mas mantém críticas ao candidato e seu partido. Nada mais de relevante para essa pesquisa sobre a candidata foi encontrado.

Mapa 7 – Mapa de votos da candidata Gaby Santos (PDT)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Gaby Santos (PDT), segundo dados do TSE (2022a), obteve 528 votos válidos, 0,03% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Como retratado no Mapa 7, desse total de votos, as zonas eleitorais nº 009 (Guará) e nº 014 (Asa Norte) tiveram 11,7% (62) e 12,6% (66), respectivamente. Na zona eleitoral nº 015 (), ela obteve 10,2% de seus votos (54). Já nas zonas eleitorais nº 001 (Asa Sul), nº 010 (Núcleo Bandeirante), nº 011 (Cruzeiro) e nº 016 (que abrange Ceilândia Norte e Setor O, e é seu domicílio eleitoral), concentraram-se entre 7% a 7,4% dos votos da candidata. Nas demais zonas eleitorais, houve concentração de 0,6% a 6,6% dos votos. O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo disperso-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa da Asa Norte, referente a zona eleitoral nº 014, na qual houve maior concentração de votos, pertencem a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Central no DF. Dados socioeconômicos da Asa Norte informam que: a população total é de 118.450 pessoas; das quais 37.099 são pardas, 10.149 são pretas e 69.105 são brancas; 62.633 são mulheres e 55.817 são homens; 42.244 nasceram no DF e 76.206 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 99,2% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 57% são economicamente ativas (59.609 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 11.012,60 e valor médio por pessoa de

e R\$ 5.985,20; índice de Gini da renda domiciliar de 0,44, e por pessoa de 0,43; 109.362 pessoas possuem celular para uso pessoal e 107.562 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Ainda segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa do Guará, referente a zona eleitoral n 009, na qual houve também maior concentração de votos, pertencem a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Central Adjacente II no DF. Dados socioeconômicos do Guará informam que: a população total é de 142.083 pessoas; das quais 57.564 são pardas, 9.403 são pretas e 73.550 são brancas; 76.266 são mulheres e 65.817 são homens; 78.016 nasceram no DF e 64.067 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 98,6% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 58,5% são economicamente ativas (70.446 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 7.979,00 e valor médio por pessoa de e R\$ 3.678,60; ndice de Gini da renda domiciliar de 0,41, e por pessoa de 0,41; 124.227 pessoas possuem celular para uso pessoal e 126.446 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook, Instagram e X (antigo Twitter). Nos Quadros 12 a 14 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens de durante o período de campanha eleitoral. Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Gaby Santos¹¹⁸. No Quadro 12, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos”. Desde a última postagem no perfil do Facebook (durante período de campanha eleitoral), que foi feita em 23/09/2022, a candidata não tem postagem alguma até 27/01/2023. Desde então, há algumas postagens de cunho pessoal e militante.

Conforme Figura 39 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de Instagram: 395 publicações, 2.033 seguidores, estava seguindo 2.964 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

¹¹⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/gabrielly.leticya>>. Acesso em 05/03/2024

Figura 39 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 6



Fonte: Instagram

No Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @gabysantospdt¹¹⁹. No Quadro 13, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas” e o número de “comentários” (a plataforma Instagram não informa o número de “compartilhamentos”). Desde a última postagem no perfil do Instagram relativa à sua campanha eleitoral como candidata a CLDF, que foi feita em 03/10/2022, a candidata fez diversas postagens até a data presente. Muitas delas são relativas à militância e com referências a seu partido, o PDT. Em postagem do dia 24/01, a participante compartilha postagem do perfil @juventudesocialista anunciando-a como nova Secretária de Relações Internacionais e Meio Ambiente da Juventude Socialista (corrente do PDT).

Conforme Figura 40 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de X/Twitter: 3.889 posts, 1.464 seguidores, estava seguindo 922 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 40 – Descrição de perfil do X (antigo Twitter) da candidata 6



Fonte: X/Twitter

No X/Twitter, a candidata pode ser encontrada pelo nome @gabysantospdt¹²⁰. No Quadro 14, estão as postagens, suas referidas datas, o número de *reply* (resposta), o número de

¹¹⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/gabysantospdt/>>. Acesso em 05/03/2024

¹²⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/gabysantospdt>>. Acesso em 05/03/2024

repost (repostagem) e o número de *like* (curtida). A participante é bastante ativa no X/Twitter, e manteve frequência diária de postagens durante todo o período de campanha eleitoral nesta rede. Tendo em vista o volume de postagens, não foram incluídas todas elas no quadro. Sua última postagem referente a sua campanha data de 03/10/2022, quando agradece pelos 528 votos e promete plantar o equitativo em mudas no DF. Após o 1º turno, ainda durante período eleitoral, faz muitas postagens de apoio à candidatura do então candidato Lula para o 2º turno. Seguiu com frequência ativa de postagem de conteúdos diversos nesta rede até recentemente.

Participante 7 – candidata Doutora Jane (AGIR)

Jane Klebia do Nascimento Silva Reis foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido AGIR, e seu número na urna foi 36555. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça preta; estado civil divorciada; com grau de instrução ensino superior completo; ocupação de policial civil; nascida em 01/03/1963 (59 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$231.572,07, dos quais a maior parcela, R\$170.000,00, 80,24%, foi categorizada Doação de Partidos (cujo nome do doador declarado era “Direção Nacional”).

Conforme dito na seção 1.3 (Recorte de participantes – sobre as candidatas selecionadas), diferente das demais participantes dessa pesquisa, a candidata concorreu a cargo político anteriormente. Ela concorreu pela primeira vez nas eleições de 2018, também pelo cargo de deputada distrital, pelo partido Avante, tendo sido eleita suplente.

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, encontrou-se que a participante é mãe, avó, delegada da PCDF, professora, nascida e moradora da região de Sobradinho. Declara-se “defensora das mulheres” e reforça em suas redes a importância do Dia da Consciência Negra (20/11), declarando reiteradamente combate ao racismo (em algumas postagens sob hashtag #MDBAfroDF).

Em seus discursos e postagens, reforça com frequência compromisso com o combate à violência contra a mulher e ao racismo. Sancionou projeto de lei de própria autoria que determina que cada RA do DF tenha seu próprio Comitê de Proteção à Mulher. Em abril de 2023, foi designada como secretária da Comissão da Mulher da União Nacional dos Legisladores e Legislativos Estaduais (Unale). Em junho do mesmo ano, filia-se ao MDB,

partido do governador do DF (Ibaneis Rocha), fazendo deste o maior partido na CLDF, com cinco parlamentares.

Recentemente foi autora de projeto aprovado que institui na CLDF a Comissão Permanente do Direito das Mulheres, cuja função, entre outras, será opinar e emitir parecer sobre o mérito de matérias relacionadas aos direitos das mulheres em geral, incluindo igualdade de gênero, combate à violência doméstica e familiar, discriminação no mercado de trabalho e políticas públicas para a promoção da equidade.

Mantém postagens ativas no Facebook, com conteúdos que vão de receitas (em série de vídeos intitulados “Casos e Cozinha”) a fotos de viagens pessoais, entrevistas, aniversários, eventos diversos voltados a mulheres, eventos na companhia do governador Ibaneis Rocha, campanhas contra violência doméstica entre outras e agendas diversas de seu mandato. Numa postagem, ao dizer sobre sua “principal motivação para entrar na vida política após 42 anos de serviço público”, declara que foi graças a “possibilidade de fazeres (SIC) ali na delegacia [...]” em que “esse poder fazer é muito gratificante [...] sem demagogia nenhuma”¹²¹.

Há postagem anterior, que data de março de 2022 em que a participante compartilha fotos dela fardada, em batidas policiais sob a legenda de “Roleção da sexta: deu bom!!!”. Nas fotos compartilhadas, é possível ver pessoas de frente para uma parede com as mãos atrás da cabeça, além de selfies e fotos dela empunhando sua arma.

Ainda sobre a campanha eleitoral, ao término das eleições, agradeceu diretamente às RAs do Paranoá e Itapoã “pelos 10.391 votos de confiança”, em imagem com gráficos que compara o número de votos dela nessas regiões em comparação com outros candidatos também eleitos. Em outra postagem (Figura 41), celebra o fato de que, por ter vencido as eleições, a foto de uma “mulher, negra, delegada” irá para a Galeria das Parlamentares na CLDF e conclui “Representação é sobre isso”.

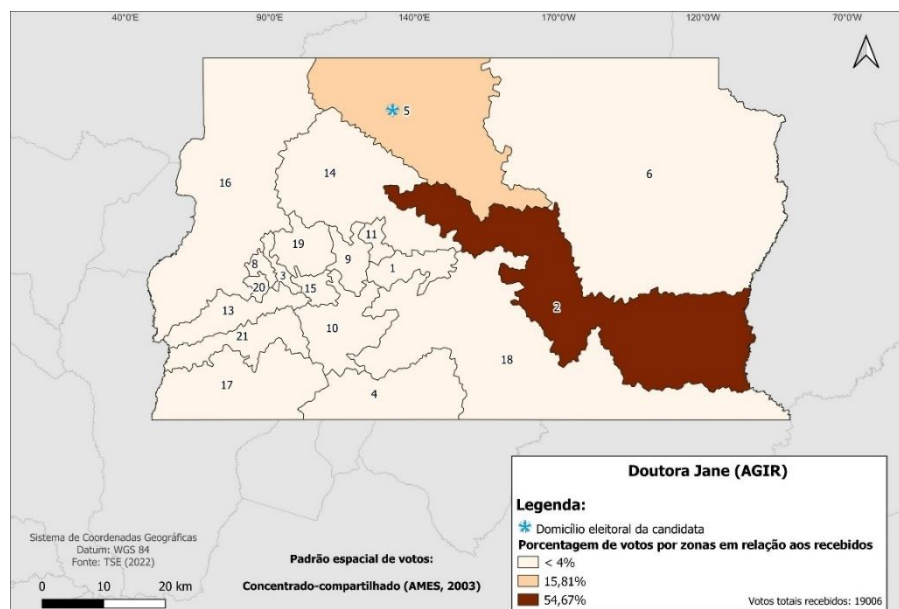
¹²¹ Disponível em: < <https://www.facebook.com/reel/178289031683065>>. Acesso em 22/03/2024

Figura 41 – Postagem sobre “representação” da participante 7



Fonte: Facebook

Mapa 8 – Mapa de votos da candidata Doutora Jane (AGIR)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Doutora Jane (AGIR), segundo dados do TSE (2022a), obteve 19.006 votos válidos, 1,14% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e

foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 8, desse total de votos, 54,67% (10.391 votos) se concentraram na zona eleitoral nº 002 (que engloba as regiões administrativas do Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte). Na zona eleitoral nº 005 (Sobradinho), domicílio eleitoral da candidata, concentraram-se 15,81% (3.005) dos votos e em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona menor que 4% (760 votos). O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa do Paranoá, parte da zona eleitoral nº 002, uma das quais onde houve maior concentração de votos, pertence a UPT Leste no DF. Dados socioeconômicos do Paranoá informam que: a população total é de 69.858 pessoas; das quais 40.365 são pardas, 8.971 são pretas e 19.635 são brancas; 36.236 são mulheres e 33.622 são homens; 44.507 nasceram no DF e 25.351 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 94,3% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 61,4% são economicamente ativas (33.882 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 2.843,60 e valor médio por pessoa de e R\$ 1.102,30; índice de Gini da renda domiciliar de 0,43, e por pessoa de 0,43; 56.024 pessoas possuem celular para uso pessoal e 57.387 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

A região administrativa do Varjão também é parte da zona eleitoral nº 002, onde houve maior concentração de votos, pertence a UPT Central Adjacente 1 no DF. Dados socioeconômicos do Varjão informam que: a população total é de 8.953 pessoas; das quais 4.222 são pardas, 2.052 são pretas e 2.460 são brancas; 4.569 são mulheres e 4.384 são homens; 4.127 nasceram no DF e 4.826 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 93,6% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 71,2% são economicamente ativas (4.925 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 2.907,20 e valor médio por pessoa de e R\$ 1.210,50; índice de Gini da renda domiciliar de 0,42, e por pessoa de 0,42; 7.137 pessoas possuem celular para uso pessoal e 7.451 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Além dessas, a região administrativa do Itapoã, outra parte da zona eleitoral nº 002, pertence a UPT Leste no DF e dados socioeconômicos do Itapoã informam que: a população total é de 65.373 pessoas; das quais 29.693 são pardas, 12.935 são pretas e 21.200 são brancas; 32.923 são mulheres e 32.450 são homens; 34.750 nasceram no DF e 30.623 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 94,7% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 67,3% são

economicamente ativas (34.124 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 2.475,20 e valor médio por pessoa de e R\$ 1.041,70; índice de Gini da renda domiciliar de 0,36, e por pessoa de 0,38; 52.663 pessoas possuem celular para uso pessoal e 53.864 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Por fim, a região administrativa do Lago Norte também é parte da zona eleitoral nº 002, e pertence a UPT Central Adjacente 1 no DF. Dados socioeconômicos do Lago Norte informam que: a população total é de 37.539 pessoas; das quais 12.318 são pardas, 2.273 são pretas e 22.760 são brancas; 19.446 são mulheres e 18.093 são homens; 17.443 nasceram no DF e 20.096 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 98,5% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 56,6% são economicamente ativas (18.218 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 15.867,10 e valor médio por pessoa de e R\$ 6.489,00; índice de Gini da renda domiciliar de 0,44, e por pessoa de 0,42; 33.309 pessoas possuem celular para uso pessoal e 34.150 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook, Instagram e X (antigo Twitter). Nos Quadros 15 a 17 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens de durante o período de campanha eleitoral. Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Doutora Jane¹²². No Quadro 15, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos”. A candidata não tem postagens no Facebook durante o período de campanha eleitoral, sendo a primeira delas datada de 01/10/2022. Há também postagem de fevereiro de 2022 com a legenda “Quero saber de você: Aceito ou não o convite para ser candidata a deputada distrital?”. Há duas possíveis razões para isso: a candidata pode não ter utilizado tal rede social para fins de campanha eleitoral ou, no momento de fazer a coleta desses dados (postagens), eles já tivessem sido apagados (o que deflagra um obstáculo metodológico).

Todavia, desde a última postagem no perfil do Facebook (durante período de campanha eleitoral), que foi feita em 09/10/2022, por ocasião de fotos de sua “Festa da Vitória”, a candidata fez diversas postagens até a presente data. Em sua maioria, são divulgações do

¹²² Disponível em: < <https://www.facebook.com/doutorajanedf>>. Acesso em 05/03/2024

trabalho de seu mandato, que pode ser considerado muito ativo na rede social do Facebook e ela a mais ativa nesta rede dentre as participantes dessa pesquisa. Conforme Figura 42 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de Facebook: 47 mil seguidores, estava seguindo 113 perfis e mantinha a seguinte imagem de perfil:

Figura 42 – Perfil do Facebook da candidata 7



Fonte: Facebook

Conforme Figura 43 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de Instagram: 1.049 publicações, 41.600 seguidores, estava seguindo 7.324 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 43 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 7



Fonte: Instagram

No Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @doutorajanedf¹²³. No Quadro 16, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas” e o número de “comentários” (a plataforma Instagram não informa o número de “compartilhamentos”). Não foram encontradas postagens datadas do período de campanha eleitoral. Uma das suposições seria a de que a candidata não tenha utilizado o Instagram para este fim, e a outra é que, no momento de fazer a coleta desses dados (postagens) na rede social da participante, eles já tivessem sido apagados, apontando um obstáculo metodológico. Desde a última postagem no

¹²³ Disponível em: <<https://www.instagram.com/doutorajanedf/>>. Acesso em 05/03/2024

perfil do Instagram relativa à sua campanha eleitoral como candidata a CLDF, que foi feita em 02/10/2022 agradecendo seu eleitorado, a candidata fez inúmeras postagens relativas ao exercício de seu mandato e algumas poucas de cunho pessoal.

Conforme Figura 44 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil de X/Twitter: 77 posts, 240 seguidores, estava seguindo 551 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 44 – Descrição de perfil do X (antigo Twitter) da candidata 7



Fonte: X/Twitter

No X/Twitter, a candidata pode ser encontrada pelo nome @doutorajanedf¹²⁴. No Quadro 17, estão as postagens, suas referidas datas, o número de *reply* (resposta), o número de *repost* (repostagem) e o número de *like* (curtida). Não foram encontradas outras postagens, relativas à candidatura da participante ou outras, que fossem relevantes para essa análise.

Participante 8 – candidata Marly Medeiros (SOLIDARIEDADE)

Marly Bezerra de Medeiros foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido SOLIDARIEDADE, e seu número na urna foi 77666. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça parda; estado civil solteira; com grau de instrução ensino médio completo; ocupação não declarada; nascida em 12/04/1966 (56 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$4.000,00, dos quais 100% foram classificados Doação de Pessoas Físicas (cujo nome do doador declarado era Luis Felipe Belmonte dos Santos, marido e sócio da ex-deputada federal Paula Belmonte, que em 2022 foi também candidata a CLDF, mas pelo Cidadania e foi eleita).

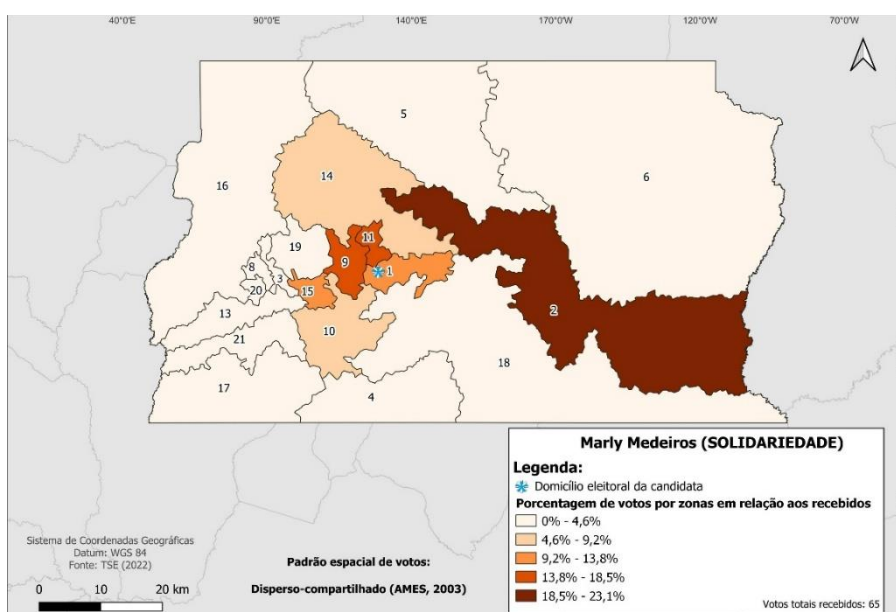
¹²⁴ Disponível em: <<https://twitter.com/doutorajanedf>>. Acesso em 05/03/2024

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, quase nada sobre a participante foi encontrado.

Sobre sua campanha eleitoral em 2022, há poucas informações on-line que contribuam para a discussão, com exceção de raras postagens que de divulgação de sua candidatura, há uma foto onde a participante aparece junto de Paulo Octávio (empresário, ex-político e candidato ao governo do DF nas eleições de 2022), por ocasião de sua campanha à governo do DF, e de Luis Felipe Belmonte (empresário, de quem recebeu recursos financeiros para campanha).

Em meio à campanha eleitoral de 2022, sofreu importunação sexual de ex-senador, então presidente do Solidariedade, e o acusou por passar a mão e tentar beijar e força ela e outra candidata durante as gravações partidárias. Nada mais de relevante para essa pesquisa sobre a candidata foi encontrado.

Mapa 9 – Mapa de votos da candidata Marly Medeiros (SOLIDARIEDADE)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Marly Medeiros (SOLIDARIEDADE), segundo dados do TSE (2022a), obteve 65 votos válidos, 0,00% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme retratado no Mapa 9, desse total de votos, 23,1% (15 votos) se concentraram na zona eleitoral nº 002 (que engloba as regiões administrativas do Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte). Na zona eleitoral nº 011 (Cruzeiro) e nº 009 (Guará), concentraram-se 15,4% dos votos, em cada. Nas demais zonas eleitorais, a porcentagem de

votos por zona foi de menos de 13,8% em cada uma. Seu domicílio eleitoral é na Z.E. nº 001 (Asa Sul). O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo disperso-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa do Paranoá, parte da zona eleitoral nº 002, uma das quais onde houve maior concentração de votos, pertence a UPT Leste no DF. Dados socioeconômicos do Paranoá informam que: a população total é de 69.858 pessoas; das quais 40.365 são pardas, 8.971 são pretas e 19.635 são brancas; 36.236 são mulheres e 33.622 são homens; 44.507 nasceram no DF e 25.351 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 94,3% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 61,4% são economicamente ativas (33.882 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 2.843,60 e valor médio por pessoa de e R\$ 1.102,30; índice de Gini da renda domiciliar de 0,43, e por pessoa de 0,43; 56.024 pessoas possuem celular para uso pessoal e 57.387 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

A região administrativa do Varjão também é parte da zona eleitoral nº 002, onde houve maior concentração de votos, pertence a UPT Central Adjacente 1 no DF. Dados socioeconômicos do Varjão informam que: a população total é de 8.953 pessoas; das quais 4.222 são pardas, 2.052 são pretas e 2.460 são brancas; 4.569 são mulheres e 4.384 são homens; 4.127 nasceram no DF e 4.826 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 93,6% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 71,2% são economicamente ativas (4.925 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 2.907,20 e valor médio por pessoa de e R\$ 1.210,50; índice de Gini da renda domiciliar de 0,42, e por pessoa de 0,42; 7.137 pessoas possuem celular para uso pessoal e 7.451 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Além dessas, a região administrativa do Itapoã, outra parte da zona eleitoral nº 002, pertence a UPT Leste no DF e dados socioeconômicos do Itapoã informam que: a população total é de 65.373 pessoas; das quais 29.693 são pardas, 12.935 são pretas e 21.200 são brancas; 32.923 são mulheres e 32.450 são homens; 34.750 nasceram no DF e 30.623 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 94,7% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 67,3% são economicamente ativas (34.124 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 2.475,20 e valor médio por pessoa de e R\$ 1.041,70; índice de Gini da renda domiciliar de 0,36, e por

pessoa de 0,38; 52.663 pessoas possuem celular para uso pessoal e 53.864 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Por fim, a região administrativa do Lago Norte também é parte da zona eleitoral nº 002, e pertence a UPT Central Adjacente 1 no DF. Dados socioeconômicos do Lago Norte informam que: a população total é de 37.539 pessoas; das quais 12.318 são pardas, 2.273 são pretas e 22.760 são brancas; 19.446 são mulheres e 18.093 são homens; 17.443 nasceram no DF e 20.096 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 98,5% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 56,6% são economicamente ativas (18.218 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 15.867,10 e valor médio por pessoa de e R\$ 6.489,00; índice de Gini da renda domiciliar de 0,44, e por pessoa de 0,42; 33.309 pessoas possuem celular para uso pessoal e 34.150 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Ainda segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa do Guará, referente a zona eleitoral nº 009, na qual houve também maior concentração de votos, pertencem a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Central Adjacente II no DF. Dados socioeconômicos do Guará informam que: a população total é de 142.083 pessoas; das quais 57.564 são pardas, 9.403 são pretas e 73.550 são brancas; 76.266 são mulheres e 65.817 são homens; 78.016 nasceram no DF e 64.067 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 98,6% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 58,5% são economicamente ativas (70.446 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 7.979,00 e valor médio por pessoa de e R\$ 3.678,60; índice de Gini da renda domiciliar de 0,41, e por pessoa de 0,41; 124.227 pessoas possuem celular para uso pessoal e 126.446 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook e Instagram. Nos Quadros 18 a 20 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens de durante o período de campanha eleitoral. Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Marly Bezerra de Medeiros¹²⁵. No Quadro 18, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos”. Nenhuma postagem anterior às

¹²⁵ Disponível em: <<https://www.facebook.com/marly.bezerrademedeiros.7>>. Acesso em 05/03/2024

coletadas foi considerada relevante para essa análise. Após a última postagem referente a campanha eleitoral, datada de 19/09/2022, não há mais registro de uso do perfil do Facebook.

No Instagram, conforme Figura 45 abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía em seu perfil: 12 publicações, 53 seguidores, estava seguindo 27 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 45 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 6



Fonte: Instagram

No Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @marlymedeirosdf¹²⁶. No Quadro 19, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas” e o número de “comentários” (a plataforma Instagram não informa o número de “compartilhamentos”). Noutro perfil no Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @marly_corretora¹²⁷. Nele, faz postagens relativas a seu trabalho como corretora, sua vida pessoal e textos e mensagens estilo motivacionais. Dentre as postagens, o Quadro 20 apresenta uma foto relevante para a análise, na qual a então candidata aparece entre Paulo Octávio (advogado, empresário e político de Brasília) e Luís Felipe Belmonte (empresário de Brasília e marido da Deputada Distrital Paula Belmonte). Não foram encontradas outras informações ou postagens, relativas à candidatura da participante ou outras, que fossem relevantes para essa análise.

Participante 9 – candidata Rita Mota (PSC)

Rita de Cássia Mota de Albuquerque e Silva foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido Partido Socialista Cristão (PSC), e seu número na urna foi 20111. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça preta; estado civil casada; com grau de instrução ensino fundamental completo; ocupação de administradora; nascida em 01/06/1994 (28 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$30.000,00, dos quais R\$26.000,00 (86,67%) foi

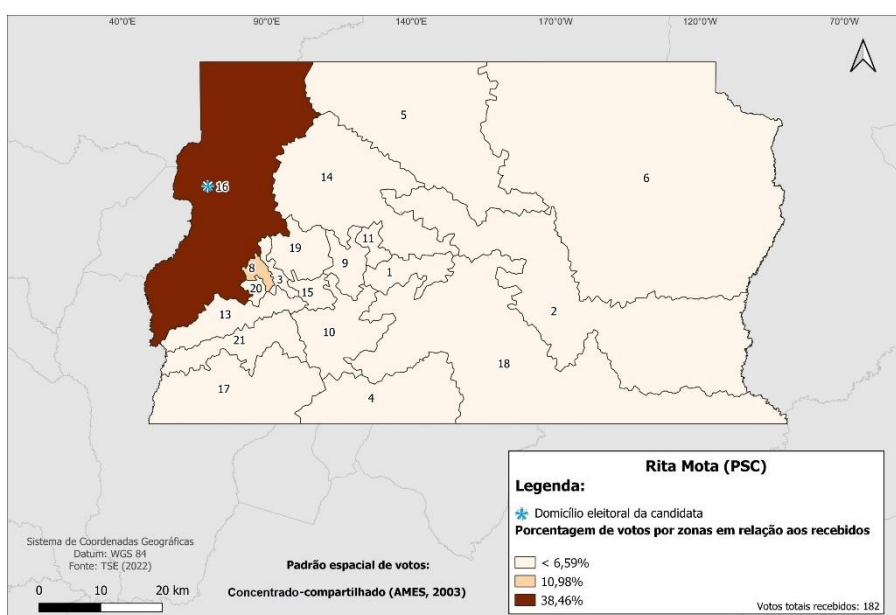
¹²⁶ Disponível em: <<https://www.instagram.com/marlymedeirosdf/>>. Acesso em 05/03/2024

¹²⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/marly_corretora/>. Acesso em 05/03/2024

categorizado Doação de Partidos (cujo nome do doador declarado era Direção Estadual/Distrital PSC) e R\$4.000,00 (13,33%) foi categorizado Doação de Pessoas Físicas (sob nome, mais uma vez, do doador Luís Felipe Belmonte dos Santos, marido e sócio da ex-deputada federal Paula Belmonte, que em 2022 foi também candidata a CLDF, mas pelo Cidadania e foi eleita).

Além disso, ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, nada sobre a participante foi encontrado, para além de sua ocupação como esteticista.

Mapa 10 – Mapa de votos da candidata Rita Mota (PSC)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Rita Mota (PSC), segundo dados do TSE (2022a), obteve 182 votos válidos, 0,01% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 10, desse total de votos, 38,46% (70 votos) se concentraram na zona eleitoral nº 016 (que engloba Ceilândia Norte e Brazlândia), que é também seu domicílio eleitoral. Na zona eleitoral nº 008 (Ceilândia), concentraram-se 10,98% dos votos (20) e em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi de 6,59% (12 votos) ou inferior. O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), as regiões administrativas da Ceilândia Norte e Brazlândia, referentes a zona eleitoral nº 016, na qual houve maior concentração de votos, pertencem a Unidade de Planejamento Territorial (UPT)

Oeste no DF. Dados socioeconômicos da Ceilândia informam que: a população total é de 350.347 pessoas; das quais 160.298 são pardas, 48.881 são pretas e 136.214 são brancas; 184.322 são mulheres e 166.025 são homens; 199.008 nasceram no DF e 151.339 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 93,5% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 54,4% são economicamente ativas (156.177 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 4.491,10 e valor médio por pessoa de R\$ 1.727,50; índice de Gini da renda domiciliar de 0,48, e por pessoa de 0,49; 5278.681 pessoas possuem celular para uso pessoal e 282.427 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Dados socioeconômicos de Brazlândia informam que: a população total é de 55.879 pessoas; das quais 32.126 são pardas, 6.511 são pretas e 15.815 são brancas; 28.825 são mulheres e 27.054 são homens; 36.601 nasceram no DF e 19.278 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 94,7% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 62,5% são economicamente ativas (27.765 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ R\$ 3.425,60e valor médio por pessoa de R\$ \$ 1.213,60; índice de Gini da renda domiciliar de 0,4, e por pessoa de 0,4; 45.044 pessoas possuem celular para uso pessoal e 45.928 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook e Instagram. Todavia, no Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Rita Mota de Albuquerque¹²⁸, mas não há nenhuma postagem que faça referência a sua candidatura, ou durante o período de campanha eleitoral. O conteúdo mais recente (desde 2023) diz respeito a sua atuação como esteticista e, anteriormente, datam de 2015.

Da mesma maneira, não foi detectada nenhuma informação em seu perfil de Instagram (@rita.motaa) para além das relativas a sua atuação profissional no campo da estética. Não foram encontradas outras informações ou postagens, relativas à candidatura da participante ou de outros temas, que fossem relevantes para essa análise.

Participante 10 – candidata Rosinha Viveiros (CIDADANIA)

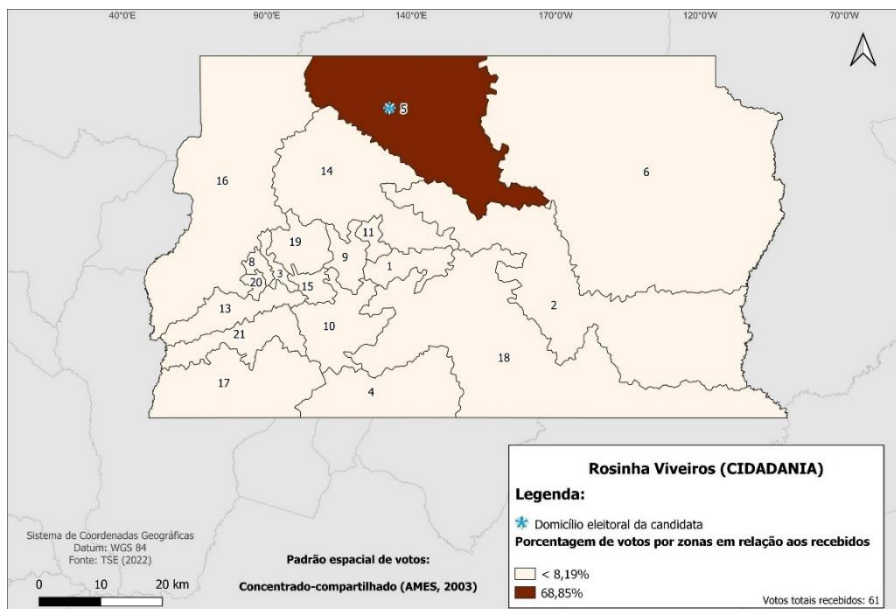
Rosilene Maria de Viveiros Conceição foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido CIDADANIA, e seu número na urna foi

¹²⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/rita.mota.9279>>. Acesso em 05/03/2024

23005. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural de Brasília (DF); de cor/raça preta; estado civil solteira; com grau de instrução ensino fundamental completo; ocupação de produtora agropecuária; nascida em 22/05/1965 (57 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de recursos recebidos foi de R\$15.900,00, dos quais R\$15.000,00 (94,34%) foram categorizados Doação de Partidos (cujo nome do doador declarado era Direção Estadual/Distrital - Cidadania).

Ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, nada sobre a participante foi encontrado.

Mapa 11 – Mapa de votos da candidata Rosinha Viveiros (CIDADANIA)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata Rosinha Viveiros (CIDADANIA), segundo dados do TSE (2022a), obteve 61 votos válidos, 0,00% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 11, desse total de votos, 68,85% (42 votos) se concentrou na zona eleitoral nº 005 (Sobradinho), que é também seu domicílio eleitoral. Em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi 8,19% (5 votos) ou menos. O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa de Sobradinho, referente a zona eleitoral nº 005, na qual houve maior concentração de votos, pertence a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Norte no DF. Dados socioeconômicos de Sobradinho informam que: a população total é de 73.438 pessoas; das quais 31.962 são pardas, 12.144 são pretas e 28.354 são brancas; 38.895 são mulheres e 34.543 são homens; 39.259 nasceram no DF e 34.179 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade, 96,6% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 55,7% são economicamente ativas (34.058 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 6.010,80 e valor médio por pessoa de R\$ 2.619,30; índice de Gini da renda domiciliar de 0,47, e por pessoa de 0,47; 61.546 pessoas possuem celular para uso pessoal e 62.752 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso das plataformas de rede social Facebook e Instagram. Nos Quadros 21 a 23 ([Apêndice 1](#)), para fins de análise qualitativa do uso de redes sociais pela candidata, há um compilado de postagens de durante o período de campanha eleitoral, cuja regulamentação do TSE permitia que fossem feitas de 16/08/2022 até as 22h do dia 01/10/2022 (com exceção de propagandas pagas, cujo prazo era 30/09/2022). Algumas postagens de fora deste prazo podem ter sido acrescentadas ao quadro para corroborar a discussão dos resultados na próxima seção.

No Facebook, a candidata pode ser encontrada sob o nome de Rosinha Viveiros¹²⁹. No Quadro 21, estão as postagens, suas referidas datas, o número de “curtidas”, o número de “comentários” e o número de “compartilhamentos”. Desde a última postagem nesse perfil do Facebook (durante período de campanha eleitoral), que foi feita em 12/09/2022, não realizou mais nenhuma postagem nesse perfil do Facebook.

Noutro perfil do Facebook, igualmente com o nome de Rosinha Viveiros¹³⁰, a então candidata mantém postagens regulares desde o final do período eleitoral de 2022. Nele, a participante também fez postagens relativas à sua campanha eleitoral, conforme Quadro 22. Desde a última postagem neste perfil do Facebook (durante período de campanha eleitoral), que foi feita em 26/09/2022, a candidata fez diversas postagens até o ano presente.

Conforme figuras abaixo, em 13/03/2024, a candidata possuía dois perfis diferentes de Instagram. No perfil referente a Figura 46, possuía: 5 publicações, 88 seguidores, estava seguindo 59 perfis e mantinha a seguinte descrição de perfil:

¹²⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/profile.php?id=100084784285826>>. Acesso em 05/03/2024

¹³⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/profile.php?id=100075167401317>>. Acesso em 05/03/2024

Figura 46 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 10



Fonte: Instagram

No perfil referente a Figura 47, possuía: 0 publicações, 10 seguidores, estava seguindo 1 perfil e mantinha a seguinte descrição de perfil:

Figura 47 – Descrição de perfil do Instagram da candidata 10



Fonte: Instagram

No Instagram, a candidata pode ser encontrada pelo nome @viveirosrosinha e @rosinha_viveiros230005. No Quadro 23 anexado, estão as postagens do perfil @rosinha_viveiros230005, suas referidas datas, o número de “curtidas” e o número de “comentários” (a plataforma Instagram não informa o número de “compartilhamentos”). No perfil referido acima, a candidata possui apenas cinco publicações, dentre elas, duas são com a atual deputada distrital Paula Belmonte (Cidadania). Não foram encontradas outras informações ou postagens, relativas à candidatura da participante ou de outros temas, que fossem relevantes para essa análise.

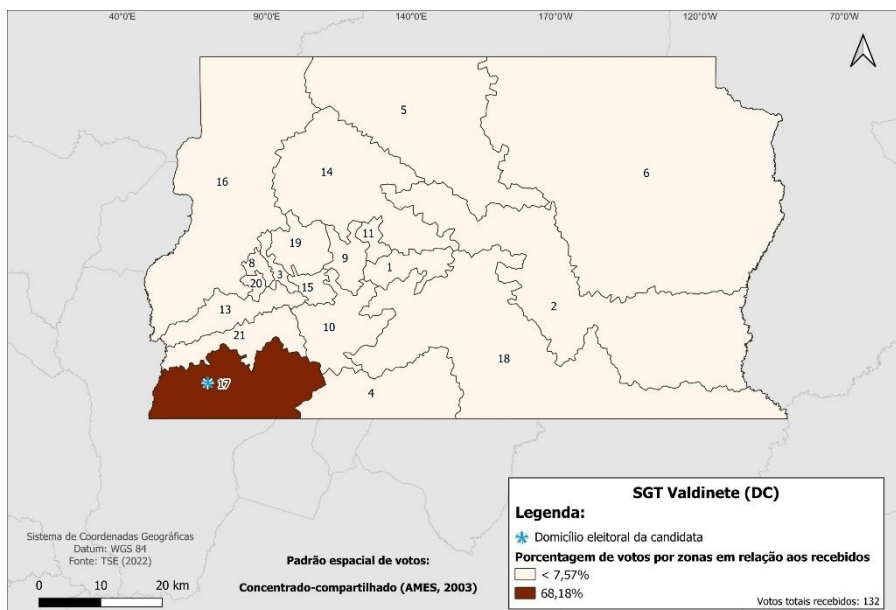
Participante 11 – candidata SGT Valdinete (DC)

Valdinete Barboza Lisboa Ritto Antonio foi candidata ao cargo de Deputada Distrital do Distrito Federal nas eleições de 2022 pelo partido Democracia Cristã (DC), e seu número na urna foi 27321. Consta nos dados informados pela candidata ao TSE (2022a) que a candidata autodeclarou-se de gênero feminino; natural do Rio de Janeiro (RJ); de cor/raça preta; estado civil divorciada; com grau de instrução ensino médio completo; ocupação de policial militar; nascida em 19/01/1969 (53 anos de idade há época); declarou R\$0,00 em bens e seu total de

recursos recebidos foi de R\$10.609,92, dos quais R\$9.759,92 (91,99%) foram categorizados Doação de Partidos (cujo nome do doador declarado era Direção Estadual/Distrital - DC).

Ao procurar por informações e/ou curiosidades complementares sobre a atuação política, profissional, partidária, religiosa e de militância da candidata, nada sobre a participante foi encontrado.

Mapa 12 – Mapa de votos da candidata SGT Valdinete (DC)



Fonte: produzido em QGis, por Allan da Silva Ramalho

A então candidata SGT Valdinete (DC), segundo dados do TSE (2022a), obteve 132 votos válidos, 0,01% do total de votos para deputados distritais no DF nas eleições de 2022 e não foi eleita. Conforme pode ser inferido do Mapa 12, desse total de votos, 68,18% (90 votos) se concentrou na zona eleitoral nº 017 (Gama), que é também seu domicílio eleitoral. Enquanto em cada uma das demais zonas eleitorais, a porcentagem de votos por zona foi de 7,57% (10 votos) ou menos. O padrão espacial de votação, segundo a categorização de Ames (2003) é do tipo concentrado-compartilhado.

Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios, PDAD (2021), a região administrativa do Gama, referente a zona eleitoral nº 017, na qual houve maior concentração de votos, pertencem a Unidade de Planejamento Territorial (UPT) Sul no DF. Dados socioeconômicos do Gama informam que: a população total é de 137.331 pessoas; das quais 58.749 são pardas, 19.290 são pretas e 58.158 são brancas; 71.762 são mulheres e 65.569 são homens; 90.213 nasceram no DF e 47.118 nasceram noutros estados; sobre a escolaridade,

96,9% dos moradores com seis anos ou mais de idade declararam saber ler e escrever; considerando a população em idade ativa (PIA), 59,3% são economicamente ativas (68.425 pessoas); com renda domiciliar estimada em R\$ 5.034,40 e valor médio por pessoa de R\$ 1.772,90; índice de Gini da renda domiciliar de 0,42, e por pessoa de 0,4; 117.850 pessoas possuem celular para uso pessoal e 116.722 tiveram acesso à internet nos últimos três meses.

Conforme informado ao TSE, durante campanha eleitoral a candidata fez uso da plataforma de rede social Instagram. Todavia, não foi encontrado nenhum perfil de Instagram em nome da participante. Além disso, não foram encontradas nenhuma outra informação ou postagem relativas à candidatura da participante ou de outros temas, que fossem relevantes para essa análise.

As tabelas a seguir foram elaboradas afim de resumir os resultados desta seção. No Quadro 24, foram condensados dados sobre aspectos eleitorais e partidários, além do perfil socioeconômico de cada uma delas. No Quadro 25, foi feito esforço no sentido de categorizar o uso de redes sociais virtuais (Facebook, Instagram e X/Twitter) por volume de postagens e, portanto, intensidade de uso.

Quadro 24 – Resumo do perfil das candidatas

NOME DE URNA	DOMICÍLIO ELEITORAL	Z.E. COM MAIS VOTOS	TOTAL DE VOTOS	RENDA DA Z.E. COM MAIS VOTOS	PARTIDO	ESPECTRO IDEOLÓGICO DO PARTIDO¹³¹	RAÇA/COR	IDADE	ESCOLARIDADE	Ocupação	BENS DECLARADOS	RECURSOS RECEBIDOS	RESULTADO
1. ALCIONE FERNANDES	Ceilândia Centro	Ceilândia, a Ceilândia Norte, e Brazlândia	649	Média-baixa renda e baixa-renda	PATRIOT A	EXTREMA-DIREITA	PAR DA	43	Ensino médio completo	Servidora Pública Estadual	R\$ 0,00	R\$ 5.000,00	NÃO foi eleita
2. PAULA TELES	Ceilândia Sul	Asa Norte	220	Alta-renda	NOVO	DIREITA	PAR DA	28	Ensino Fundamental Completo	Cientista Política ¹³²	R\$ 0,00	R\$3.041,53	NÃO foi eleita
3. MISSIONÁRIA CRISTIANE	Sobradinho	Sobradinho	605	Média-alta renda	PMN	CENTRO-DIREITA	PAR DA	43	Ensino Médio Completo	Agente administrativo	R\$ 0,00	R\$23.333,20	NÃO foi eleita
4. EDNA BORGES	Sobradinho	Sobradinho	106	Média-alta renda	SOLIDARIEDADE	CENTRO-DIREITA	PRE TA	54	Ensino Médio Completo	Produtora agropecuária	R\$ 0,00	R\$0,00	NÃO foi eleita

¹³¹ De acordo com Bolognesi, Ribeiro e Codato (2023)

¹³² Divergência entre grau de escolaridade e ocupação já explicada anteriormente quando apresentado o perfil da participante

5. EVA FERNANDES	Núcleo Bandeirante	Recanto das Emas	546	Baixa-renda	PTB	CENTRO-DIREITA	PRETA	49	Ensino Médio Completo	Técnica de enfermagem e assemelhados	R\$ 0,00	R\$25.000,00	NÃO foi eleita
6. GABY SANTOS	Ceilândia Norte	Guará e Asa Norte	528	Média-alta renda e alta-renda	PDT	CENTRO-ESQUERDA	PARDA	23	Ensino Médio Completo	Estudante, bolsista, estagiário e assemelhados	R\$ 0,00	R\$44.843,47	NÃO foi eleita
7. DOUTORA JANE	Sobradinho	Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte	19.006	Baixa-renda e alta-renda (Lago Norte)	AGIR (Partido Trabalhista Cristão - PTC)	DIREITA	PRETA	59	Ensino Superior Completo	Policial Civil	R\$ 0,00	R\$231.572,07	ELEITA
8. MARLY MEDEIROS	Asa Sul	Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte	65	Baixa-renda e alta-renda (Lago Norte)	SOLIDARIEDADE	CENTRO-DIREITA	PARDA	56	Ensino Médio Completo	Não declarou	R\$ 0,00	R\$4.000,00	NÃO foi eleita
9. RITA MOTA	Ceilândia Norte	Ceilândia Norte e Brazlândia	182	Média-baixa renda e baixa-renda	PSC (Partido Social Cristão)	DIREITA	PRETA	28	Ensino Fundamental Completo	Administradora	R\$ 0,00	R\$30.000,00	NÃO foi eleita
10. ROSINHA VIVEIROS	Sobradinho	Sobradinho	61	Média-alta renda	CIDADANIA	CENTRO	PRETA	57	Ensino Fundamental Completo	Produtora agropecuária	R\$ 0,00	R\$15.900,00	NÃO foi eleita
11. SGT VALDINETE	Gama	Gama	132	Média-baixa renda	DC (Democracia Cristã)	DIREITA	PRETA	53	Ensino Médio Completo	Policial Militar	R\$ 0,00	R\$10.609,92	NÃO foi eleita

Fonte: autoria própria a partir de dados de entrevista, do TSE e da Codeplan

Quadro 25 – Resumo do uso de redes sociais pelas candidatas

NOME DA CANDIDATA		FACEBOOK				INSTAGRAM				X/TWITTER			
		USOU MUITO	USOU	USOU POUCO	NÃO USOU	USOU MUITO	USOU	USOU POUCO	NÃO USOU	USOU MUITO	USOU	USOU POUCO	NÃO USOU
1	ALCIONE FERNANDES	USOU POUCO				USOU POUCO				NÃO USOU			
2	PAULA TELES	USOU POUCO				<i>*perfil fechado, não foi possível verificar</i>				NÃO USOU			
3	MISSIONÁRIA CRISTIANE	USOU				USOU MUITO				NÃO USOU			
4	EDNA BORGES	NÃO USOU				NÃO USOU				NÃO USOU			
5	EVA FERNANDES	USOU POUCO				USOU POUCO				NÃO USOU			
6	GABY SANTOS	USOU MUITO				USOU MUITO				USOU MUITO			
7	DOUTORA JANE	USOU MUITO				USOU MUITO				USOU MUITO			
8	MARLY MEDEIROS	USOU POUCO				USOU POUCO				NÃO USOU			
9	RITA MOTA	USOU POUCO				NÃO USOU				NÃO USOU			
10	ROSINHA VIVEIROS	USOU POUCO				NÃO USOU				NÃO USOU			
11	SGT VALDINETE	NÃO USOU				NÃO USOU				NÃO USOU			

Fonte: autoria própria a partir de dados do Facebook, Instagram e X/Twitter

O quadro de resumo acima (Quadro 25) estabelece em colunas as redes sociais analisadas (Facebook, Instagram e Twitter/X) e quatro classificações de uso: usou muito, usou, usou pouco, não usou. Como não foram encontrados na literatura exemplos que servissem para estabelecer uma categorização quanto ao uso de redes sociais, foi tomada por parâmetro de intensidade de uso o volume de conteúdo on-line da candidata que mais postou (Doutora Jane), considerando que ela “usou muito”, assim como para pouca intensidade de uso, aquela que menos usou as redes sociais durante o período de campanha eleitoral (Rosinha Viveiros).

Além disso, a classificação “usou muito” foi corroborada contabilizando candidatas que postaram ao menos uma vez ao dia durante o período eleitoral, ou seja, que fizeram 45 ou mais postagens. Reitera-se, portanto, que nove entre as onze participantes utilizaram redes sociais, em menor ou maior medida, em suas campanhas eleitorais.

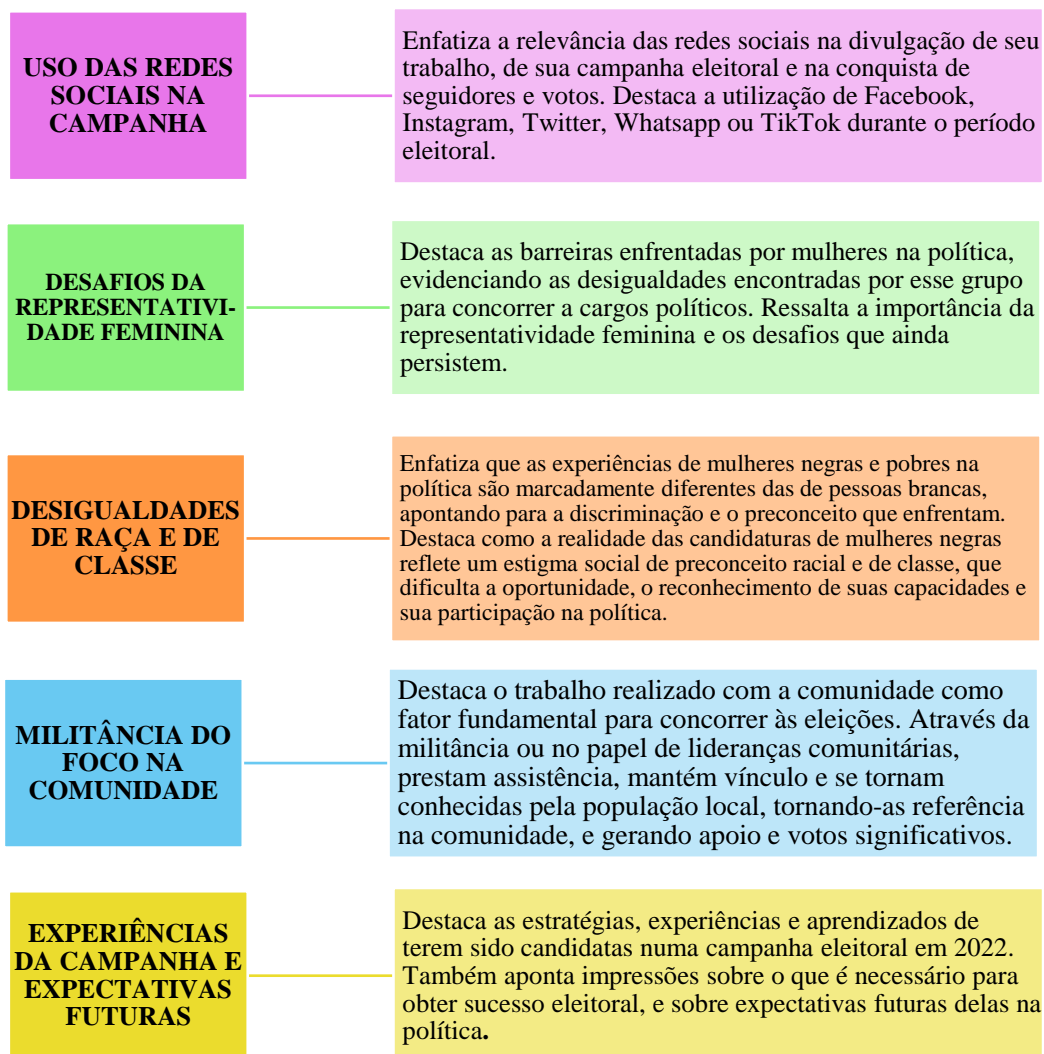
4.2 Apresentação de resultados das entrevistas com as candidatas

Foram detectados pela pesquisadora alguns temas gerais que apareceram em todas as entrevistas e, manualmente com o uso de marcação em cores diversas, os trechos foram segmentados. Inicialmente, no arquivo de transcrição das entrevistas, os temas gerais foram descritos e sinalizados da seguinte maneira:

- Trechos cujo tema geral é militância política em **verde**;
- Trechos cujo tema geral é o espaço geográfico na campanha eleitoral em **azul claro**;
- Trechos cujo tema geral é redes sociais na política/campanha eleitoral em **rosa**;
- Trechos cujo tema geral é mulheres e/ou negros na política em **amarelo**;
- Trechos cujo tema geral é pessoas socioeconomicamente desfavorecidas na política em **azul escuro**;
- Trechos sobre outros temas, que não foram recorrentes em todas as entrevistas, mas que possuem alguma relevância para a discussão em **cinza**.

Em seguida, foi implementada a investigação dos documentos via software de IA especializada em análise qualitativa (Requalify.ai) para agregar elementos à discussão pretendida. O software primeiro explorou os documentos de texto com as entrevistas transcritas, em seguida sugeriu etiquetas que categorizaram os trechos por sub-*tags* (classificação mais específica) e depois agrupou-os em *tags* (classificação mais geral) a partir da reunião de categorias em comum entre as entrevistas. Inicialmente, foram sugeridas o total de 74 sub-*tags* nos documentos, que foram depois concentradas em 5 *tags* gerais, através da opção de “fusão de *tags*”. As etiquetas gerais por temas (*tags*) e suas descrições que foram sugeridas pela IA e ratificadas pela pesquisadora indicam:

Figura 48 - etiquetas por temas da análise das entrevistas



Fonte: autoria própria com dados do Requalify.ai

No total, as etiquetas apareceram 188 vezes quando analisados os documentos de transcrição. O programa também quantificou a frequência em que tais tags aparecem durante as entrevistas, de forma que foi possível identificar os assuntos mais abordados, revelando aqueles que possuem maior grau de importância. Foram 37 marcações relativas à etiqueta “Uso das redes sociais na campanha”; 24 relacionadas à etiqueta “Desafios da representatividade feminina”; 16 aparições da etiqueta “Desigualdades de raça e classe”; 46 sobre “Importância do foco na comunidade” e 65 marcações sobre “Experiência da campanha e expectativas futuras”.

No Quadro 26 ([Apêndice 9](#)), foram elencadas as citações que foram consideradas mais relevantes para a discussão. Elas foram tabuladas pelas etiquetas que foram acima apresentadas¹³³.

Apêndice 9 - Quadro 26 – Exemplo de citações das entrevistas por tema
(código QR para acesso)



4.3 Apresentação de resultados do *survey* com eleitores

A aplicação do *survey* visou analisar o impacto das redes sociais na decisão do voto da população local. Foi utilizado o *software* especializado de questionário *online SurveyMonkey*, tanto para coleta quanto para análise de dados. Tal método foi aplicado com propósito de obter dados quantitativos que auxiliaram para aprimorar o debate qualitativo dos resultados e, no total, foram aplicados 904 *surveys*, dos quais sete foram excluídos da análise por fatores a serem melhor explicados a frente, o que levou a 897 *surveys* contabilizados.

A Tabela 7 abaixo apresenta o tamanho de amostra, cujo cálculo foi feito informando a população de cada região administrativa do DF e considerando um grau de confiança de 90% e margem de erro de 10%. O resultado foi que eram necessários de 66 a 69 *surveys* por RA do DF, conforme especificado abaixo. As colunas da tabela listam as Regiões Administrativas por ordem do código de RA (por ordem de criação das RAs), o nome das RAs, a população segundo dados do PDAD (2021), o grupo de renda a qual pertencem [categorização proposta pela Codeplan (PDAD, 2021) cuja legenda foi descrita ao término da tabela], o cálculo de amostragem feito pelo *software SurveyMonkey*, a amostra coletada na pesquisa até a data de 01/07/24 e quantos respondentes faltaram ou sobraram a partir do cálculo.

Vale ressaltar que, conforme explanado anteriormente, foram utilizados os grupos de renda da Codeplan (PDAD, 2021) como parâmetro para de coleta de amostra pretendida. Dessa forma, considerou-se o quantitativo de respostas do Plano Piloto e Águas Claras como amostra do Grupo 1 – de alta-renda; do Guará, parte de Taguatinga e da Candangolândia como amostra

¹³³ O motivo das citações não estarem no corpo do texto é para evitar redundância, uma vez que a maior parte delas será apresentada de maneira literal na seção de discussão.

do Grupo 2 – de média-alta renda; do Gama e Ceilândia como amostra do Grupo 3 – de média-baixa renda; e de Brazlândia e Varjão como amostra do Grupo 4 – de baixa-renda.

Tabela 7 – Resumo de coleta de respostas do *survey*

Região Administrativa		População ¹³⁴	Grupo de renda ¹³⁵	Amostragem ¹³⁶	Amostragem coletada na pesquisa até 01/07	Faltam
Código	Nome					
I	Plano Piloto	224.848	1	69	99	- 30
II	Gama	137.331	3	69	79	- 10
III	Taguatinga	210.498	2	69	25	44
IV	Brazlândia	55.879	4	68	77	- 9
V	Sobradinho	73.438	2	69	11	58
VI	Planaltina	186.498	4	69	17	52
VII	Paranoá	69.858	4	68	15	53
VIII	Núcleo Bandeirante	24.093	2	68	08	60
IX	Ceilândia	350.347	3	69	72	- 3
X	Guará	142.083	2	69	97	- 28
XI	Cruzeiro	30.860	2	68	07	61
XII	Samambaia	247.629	3	69	29	40
XIII	Santa Maria	130.970	3	69	35	34
XIV	São Sebastião	118.972	4	69	02	67
XV	Recanto das Emas	133.564	4	69	04	65
XVI	Lago Sul	30.446	1	68	17	51
XVII	Riacho Fundo	44.464	4	68	05	63
XVIII	Lago Norte	37.539	1	68	16	52

¹³⁴ Segundo dados e categorização da Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD) 2021 realizada pela Codeplan (Companhia de Planejamento do Distrito Federal)

¹³⁵ Idem

¹³⁶ Segundo cálculo de tamanho de amostra da plataforma Survey Monkey, com grau de confiança de 90% e margem de erro de 5%. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>. Acesso em 03/03/2024

XIX	Candangolândia	16.339	2	68	39	29
XX	Águas Claras	120.107	1	69	72	- 3
XXI	Riacho Fundo II	72.988	4	69	01	68
XXII	Sudoeste/Octogonal	55.366	1	68	19	49
XXIII	Varjão	8.953	4	68	73	- 5
XXIV	Park Way	23.081	1	68	05	63
XXV	SCIA- Estrutural	37.527	4	68	01	67
XXVI	Sobradinho II	78.837	3	69	07	62
XXVII	Jardim Botânico	53.045	1	68	21	47
XXVII I	Itapoã	65.373	4	68	04	64
XXIX	SIA	1.737	2	66	00	66
XXX	Vicente Pires	78.561	2	69	18	51
XXXI	Fercal	9.388	4	68	02	66
XXXII	Sol Nascente/Pôr do Sol	93.217	4	69	04	65
XXXII I	Arniqueira	47.045	2	68	10	58
XXXI V	Arapoanga ¹³⁷	47.336	4	68	01	67
XXXV	Água Quente ¹³⁸	30.000	4	68	01	67

Fonte: autoria própria

Legenda: Grupos de renda de acordo com a categorização e os dados da Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD) 2021 realizada pela Codeplan (Companhia de Planejamento do Distrito Federal):

Grupo 1 (alta-renda), cuja população é 544.432 e renda domiciliar média é de R\$15.159,22: Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal

Grupo 2 (média-alta renda), cuja população é 624.654 e renda domiciliar média é de R\$6.845,95: Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga e Vicente Pires

Grupo 3 (média-baixa renda), cuja população é 989.578 e renda domiciliar média é de R\$4.360,12: Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria e Sobradinho II

Grupo 4 (baixa-renda), cuja população é 852.217 e renda domiciliar média é de R\$2.860,08: Água Quente, Arapoanga, Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto Das Emas, Riacho Fundo II, Sol Nascente/Do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão

¹³⁷ A região de Arapoanga, RA de número XXXIV, foi oficializada RA do DF em 12/2022. O levantamento mais recente da Codeplan data de 2021, por isso ainda não constam dados oficiais. Os dados de população são uma estimativa da Agência Brasília. A alocação dela no grupo de renda 4, foi feita por suposição, em vista de Arapoanga ser anteriormente parte da RA de Planaltina

¹³⁸ A região de Água Quente, RA de número XXXV, foi oficializada RA do DF em 12/2022. O levantamento mais recente da Codeplan data de 2021, por isso ainda não constam dados oficiais. Os dados de população são uma estimativa da Agência Brasília. A alocação dela no grupo de renda 4, foi feita por suposição, em vista de Água Quente ser anteriormente parte da RA do Recanto das Emas

Os resultados serão apresentados primeiro de maneira individual de pergunta por pergunta, na ordem em que estavam no *survey*, e com resumo das respostas mais relevantes, em números absolutos ou porcentagem de respondentes. A descrição integral em gráficos e tabelas dos resultados de todas as perguntas estão no [Apêndice 10](#), que pode ser acessado via código QR abaixo.

Apêndice 10 – Gráficos 3 a 17 e tabela 8 - descrição integral do *survey*

(código QR para acesso)



Como resultado, em resposta à pergunta 1 (Você mora em qual região administrativa do DF?) foram obtidas 904 respostas no total, a maior parte delas no Plano Piloto (99 respostas), Guará (97 respostas), Gama (79 respostas), Brazlândia (77 respostas) e Varjão (73 respostas), assim como representado na Tabela 8 ([Apêndice 10](#)). Dentre as 904 respostas, 11 (1,22%) pessoas assinalaram a opção “Outra”, com exigência para especificar, e ainda que não houvesse mais nenhuma RA no DF além das listadas, essa opção foi dada como tentativa de dirimir possíveis desistências em responder o *survey* por suposta ausência da RA de residência.

Vale lembrar que há moradores do DF que por vezes desconhecem os nomes oficiais das RAs, assim como confundem-nas com os bairros dentro destas. Neste sentido, dentre essas 11 pessoas, três responderam “Asa Norte” e outras três “Noroeste” (ambos bairros do Plano Piloto), uma respondeu “Grande Colorado” (bairro de Sobradinho) (estas foram acrescentadas à análise), e as demais quatro moram em cidades do Goiás (essas foram descartadas para fins de análise), totalizando, portanto, 900 respostas válidas.

Como resposta à pergunta 2 (Qual é a sua idade?), a maioria estava entre 16 e 24 anos (240 respostas), seguidos pelo grupo de 25 a 34 anos (201), conforme Gráfico 3. Os três respondentes que declararam ter menos de 16 anos de idade foram também descartados da análise, de forma que, a partir deste ponto, considera-se 897 respostas válidas totais. Sobre a pergunta 3 [Qual é o seu grau de escolaridade? (selecione a opção que contém o maior grau que você atingiu)], do total de respondentes, a maior parte declarou ter Ensino Superior Completo (381), seguido por Ensino Superior Incompleto (164) e Ensino Médio Completo (157), conforme Gráfico 4.

Em resposta à pergunta 4 [Qual é a sua renda familiar (a soma da sua renda com a de todos os moradores do seu domicílio)? *na data de elaboração do questionário (jan./24), o salário-mínimo valia R\$ 1.412,00], a maioria respondeu ter renda familiar entre cinco e dez salários mínimos (206), conforme Gráfico 5. Como resposta à pergunta 5 (Qual é a sua religião ou culto?) a maioria declarou ser católica (323), seguido de sem religião (274) e evangélica (171), conforme Gráfico 6. Optaram pela opção “Outra (especifique)” 29 respondentes e entre as opções que apareceram estão: Judaísmo, adventista, cristã, judeu, cristão, sem nenhuma, testemunha de Jeová, agnóstico, deísta, messiânica, não soube dizer, Budismo, Universalista, mistura de religiões, espiritual, “espiritualista, frequento giras de umbanda e centros espíritas”, Johrei, Ayahuasca e nenhuma.

Em resposta à pergunta 6 (Qual é o seu sexo?): 40,25% são do sexo masculino e 59,75% são do sexo feminino, como representado no Gráfico 7. Sobre a pergunta 7 [Sobre sua identificação étnico-racial, você se declara uma pessoa: (de acordo com a classificação do IBGE)]: a maioria assinalou a opção “branca” (46,60%), seguido por “parda” (41,14%), como no Gráfico 8. Como resposta à pergunta 8 (Você tem acesso à internet?), a maioria (92,64%), responderam ter acesso a qualquer hora do dia, conforme Gráfico 9.

As perguntas de 9 a 15 eram do tipo escala *Likert* de cinco pontos. Todas elas partiam de uma afirmação sobre fatores de importância na decisão do voto, eram finalizadas com a frase “sobre a afirmação acima, você” e tinham como alternativas de resposta os 5 pontos (nessa ordem): Concorda totalmente, Concorda, Não concorda nem discorda, Discorda e Discorda totalmente. As respostas da pergunta 9 - "A informação que eu recebo na televisão (propaganda eleitoral televisiva, debates etc.) é um fator importante para eu decidir o meu voto" – conforme Gráfico 10, informam que a maioria, 282 (31,44%), concordam.

Como respostas da pergunta 10 - "A informação que eu recebo através de panfletos, santinhos e da campanha que o candidato/a faz na rua é um fator importante para eu decidir o meu voto" – conforme Gráfico 11, a maioria, 318 (35,45%), disse discordar totalmente. As respostas da pergunta 11 – “A informação que eu recebo através de redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram, X/Twitter etc.) é um fator importante para eu decidir o meu voto” – conforme Gráfico 12, informam que a maior parte dos respondentes, 319 (35,56%), concorda.

As respostas da pergunta 12 – “A informação que eu recebo através de conversas presenciais com meus amigos, familiares e/ou vizinhos é um fator importante para eu decidir o meu voto” – conforme Gráfico 13, informam que a maioria, 414 (46,15%), respondeu que concorda. As respostas da pergunta 13 – “A informação que eu recebo através do partido

político em que atuo é um fator importante para eu decidir o meu voto" – conforme Gráfico 14, informam que a maior parte, 307 (34,23%), concorda com a afirmação. Uma observação importante é a de que, desde o momento de desenvolvimento do *survey*, foi previsto que essa pergunta restringiria as respostas, visto que não são todas as pessoas que atuam em partidos políticos. Todavia, entendeu-se a opção mediana de resposta (Nem concordo nem discordo) como alternativa para casos como esse, em que na opinião do respondente, a pergunta não se aplicaria

As respostas da pergunta 14 – “A raça/cor do candidato é um fator importante para eu decidir o meu voto” – conforme Gráfico 15, informam que a maior parte das respostas, 448 (49,94%), disse discordar totalmente. Vale destacar que nas aplicações presenciais do *survey* essa pergunta foi quase que integralmente lida por uma perspectiva racista, como se ao concordar o significado fosse admitir automaticamente que a pessoa escolhe intencionalmente candidatos(as) brancos(as). A intenção da pesquisadora na elaboração desta pergunta, por outro lado, era justamente verificar se o critério de raça fazia parte da estratégia intencional de escolha de voto com intuito de procurar eleger pessoas dos grupos minoritários de raça/cor.

As respostas da pergunta 15 – “O sexo (feminino/masculino) do candidato/a é um fator importante para eu decidir o meu voto” – conforme Gráfico 16, informam que a maior parte dos respondentes, 389 (43,37%), discorda totalmente com a afirmação. De similar maneira, raríssimas pessoas responderam que concordavam por terem entendido que escolhem afirmativamente seu voto por critério de sexo porque desejam mais mulheres eleitas, a maioria, contudo, entendeu pela perspectiva de que não possui preconceitos de gênero e vota em homens ou mulheres sem diferença.

Por fim, as respostas da pergunta 16 (Numa escala de posicionamento político, você se identifica como uma pessoa de...) conforme Gráfico 17, 442 responderam esquerda; 124 responderam centro; 166 direita e 165 disseram não saber responder. Chamou atenção, durante a coleta de dados, a confusão que muitos respondentes faziam ao responder essa pergunta. Alguns perguntaram a diferença aos pesquisadores, outros demonstraram realmente não entender do que se tratava a pergunta, e em mais de um caso o respondente confundia e disse frases do tipo “eu sou Bolsonaro, é esquerda, pode pôr esquerda”. Mantendo o cuidado por não enviesamento dos questionários, a equipe que os aplicou foi orientada a fazer o mínimo de interferência para não sugerir de nenhuma maneira a interpretação dos respondentes.

Ao comparar os dados produzidos, alguns dos resultados são de maior importância para a discussão pretendida. Tomando parte das perguntas de escala *Likert* como variáveis

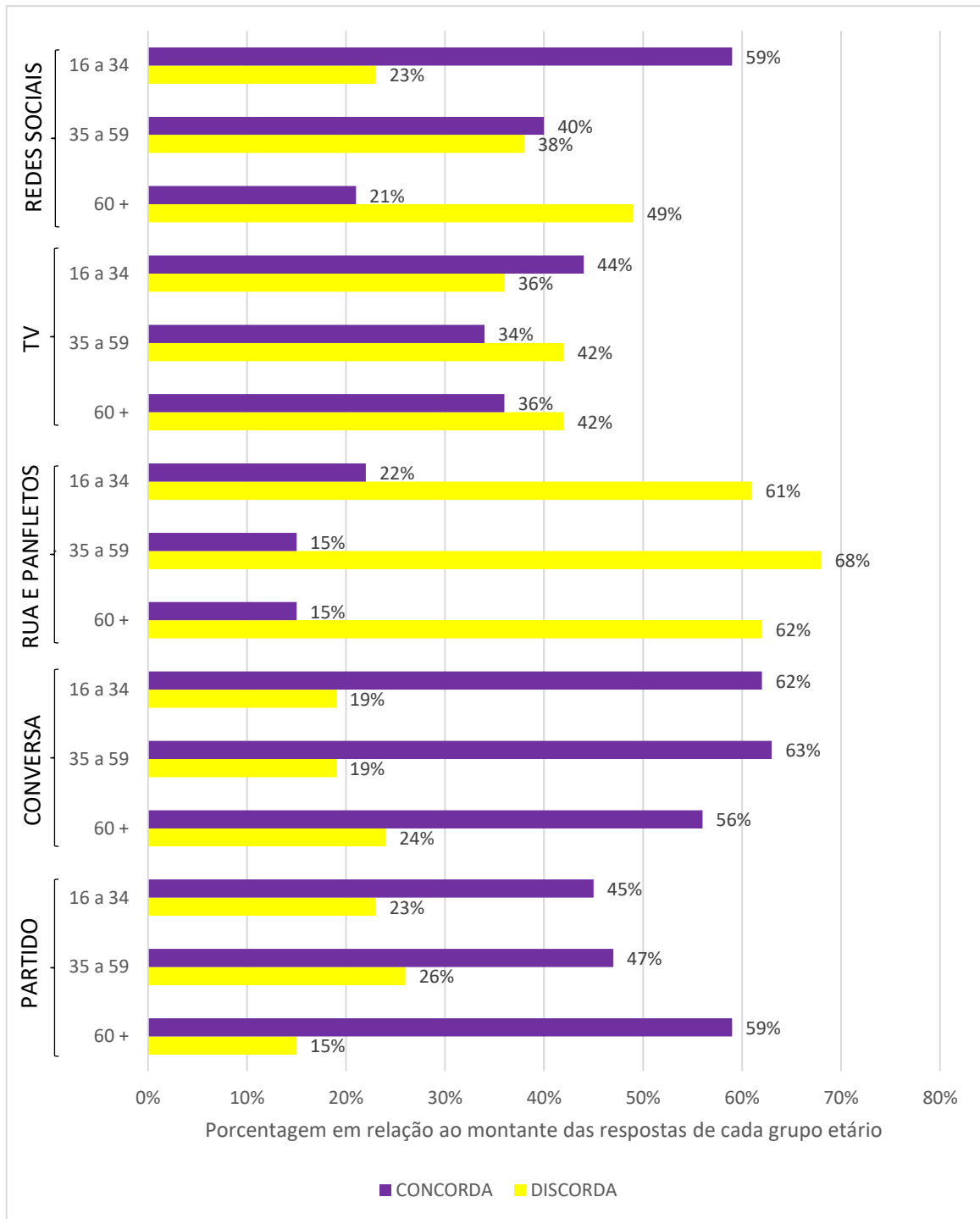
dependentes, foram aplicadas combinações diversas com os dados de perfil socioeconômico como variáveis independentes para entender como interferem nos fenômenos de análise pretendidos. Vale lembrar que nos gráficos abaixo excluiu-se a opção mediana da análise (mas não dos cálculos), e somou-se as opções positivas para concluir sobre as pessoas que concordavam, assim como as opções negativas para concluir sobre as pessoas que discordavam. Por essa razão, a soma entre as alternativas “concorda” e “não concordar” nas respostas abaixo não fecham 100%.

Para investigar a relação entre os diferentes veículos de divulgação de informação numa campanha eleitoral e variáveis independentes diferentes (idade, sexo, raça/cor e RA de residência), foram aplicados filtros de comparação no software de análise de *survey*. Para garantir que as porcentagens das combinações com tais variáveis fossem fiéis aos recortes de idade, sexo, raça/cor e RA de residência, os dados encontrados do cruzamento da variável dependente (perguntas de escala *Likert*) com variáveis independentes (perguntas sobre aspectos socioeconômicos) foram calculados sobre o montante de respostas de cada um destes recortes, como pode ser visto nos gráficos a seguir. Previamente, destaca-se que, sobre os dados totais, sem recorte aplicado, 47,27% das pessoas disseram concordar que a informação que recebem por rede social é um fator importante para decidirem o voto.

Combinou-se primeiramente os dados sobre a importância de diferentes formas de comunicação de uma campanha eleitoral (perguntas de escala *Likert*) com o dado de idade como variável independente (Gráfico 18). Os dados sobre concordância e discordância são próximos para todos os grupos de idade quando perguntados sobre: a relevância da comunicação eleitoral televisiva (a variação para todas as idades e respostas ficou entre 34% e 44%); a importância das campanhas do candidato na rua com distribuição de panfletos (com mais de 60% em todas as idades discordando da estratégia); e a importância de conversas presenciais com amigos, vizinhos e familiares (na qual a maioria, entre 56% e 63%, concordou).

Há divergência de opinião expressa nas respostas, contudo, quando analisada a importância das redes sociais (59% das pessoas de 16 a 34 anos concordam, enquanto apenas 21% das pessoas com 60 anos ou mais) e da informação recebida através do partido político (na qual 59% da faixa etária mais velha disse concordar, enquanto entre os demais, não passou de 47% os que dividem a mesma opinião).

GRÁFICO 18 - Idade como variável independente

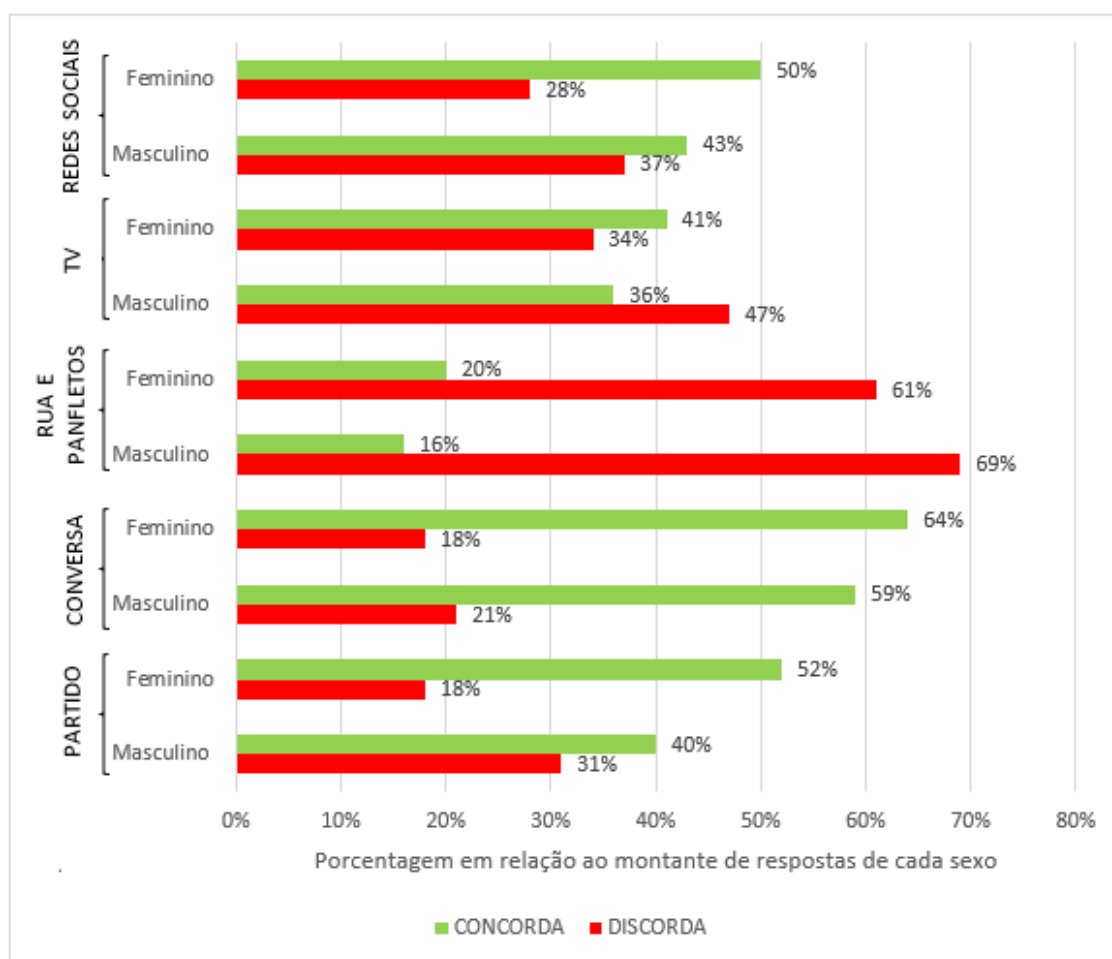


Fonte: autoria própria com dados do survey

Em seguida, conforme o Gráfico 19 abaixo, foram combinadas as variáveis dependentes com o dado de sexo como variável independente. Não foram detectadas grandes divergências entre homens e mulheres sobre a importância da campanha na rua com distribuição de panfletos (a maioria, mais de 61%, entre ambos os sexos discorda); das conversas presenciais (a maioria,

mais de 59%, entre ambos concorda); e nas redes sociais. Há diferença maior, contudo, entre a porcentagem de mulheres que acreditam que o partido seja relevante na decisão, 42%, enquanto entre homens, a porcentagem caiu para 40%. Além disso, enquanto 47% dos homens discordam que a propaganda eleitoral seja fator importante para a decisão do voto, entre as mulheres, apenas 34% dividem a mesma opinião.

GRÁFICO 19 - Sexo como variável independente



Fonte: autoria própria com dados do *survey*

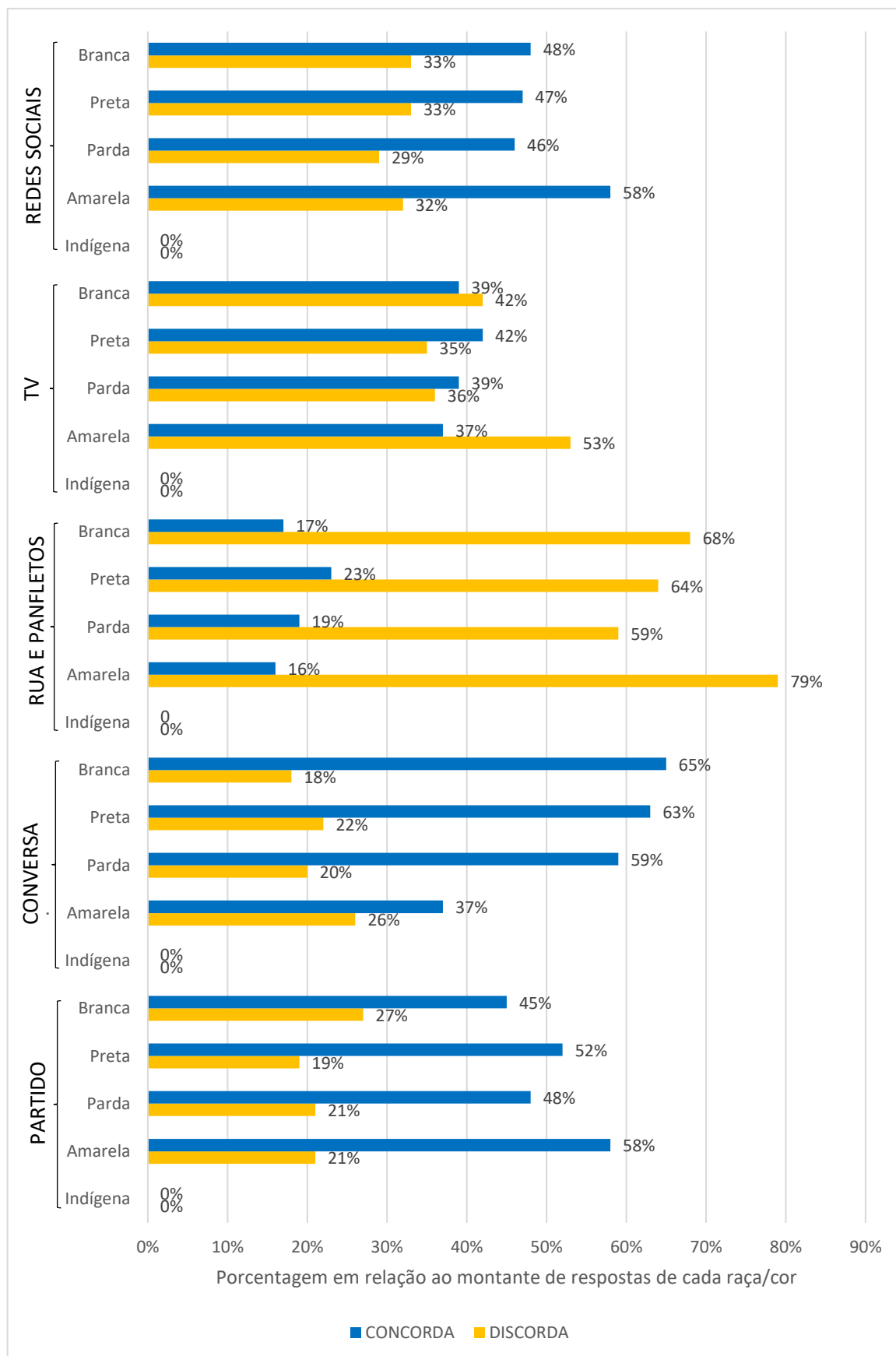
No Gráfico 20, as variáveis dependentes foram relacionadas ao dado de raça/cor como variável independente. Nenhum dos respondentes se declarou indígena, por essa razão tal raça/cor soma 0%. Não houve significativa diferença sobre nenhum dos meios de informação eleitoral entre pessoas que se declararam brancas, pretas e pardas, mas chama a atenção os dados sobre as pessoas que se declararam amarelas. Sugere-se algum grau de inconsistência nesse dado de autodeclarados amarelos, pois durante a aplicação identificou-se que essa

alternativa por vezes foi escolhida como opção a pessoa não branca, que tampouco se identificava como parda.

Depois, no Gráfico 21, as variáveis dependentes foram relacionadas ao dado de RA de residência como variável independente. Todavia, conforme explicado anteriormente, para garantir recorte fidedigno de respostas, nessa dissertação foram utilizados os Grupos de Renda da Codeplan como parâmetro de similitude (por renda) entre as RAs. Sendo assim, na leitura dos dados, agrupou-se as RAs das repostas nos Grupos de Renda 1, 2, 3, 4.

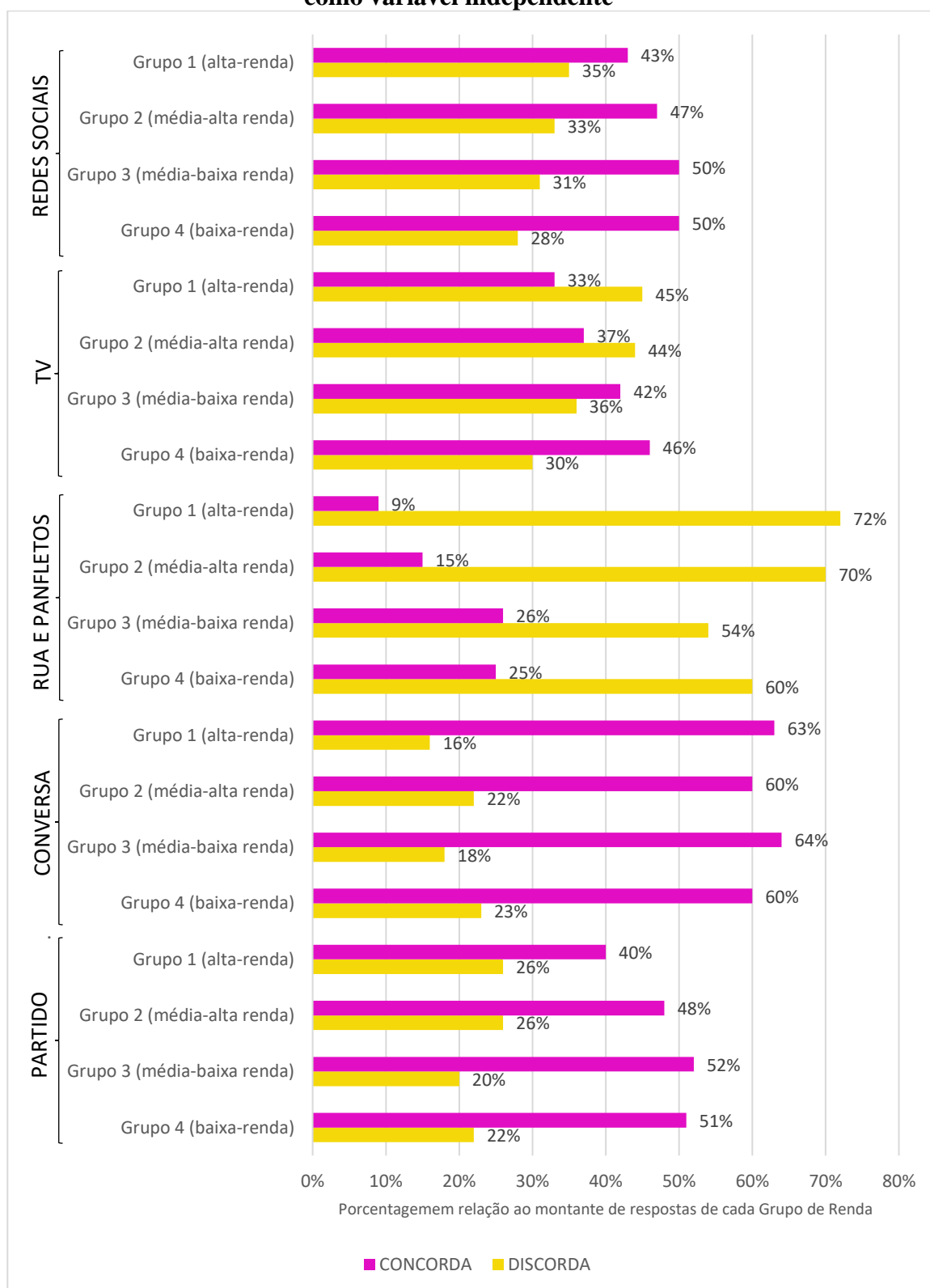
Sobre a importância das redes sociais e conversas presenciais com amigos, vizinhos e/ou parentes não houve diferença nas respostas dos moradores de todos os grupos de renda. Sobre a importância da informação via campanha do candidato(a) na rua, com entrega de material impresso (panfletos, santinhos etc.), apenas 9% dos moradores do Grupo 1 (alta-renda) concorda, enquanto entre 25% e 26% dos moradores dos Grupos 3 (média-baixa renda) e 4 (baixa-renda) concordam. Sobre a relevância da propaganda eleitoral televisiva, 46% dos moradores do Grupo 4 concordam, enquanto para os moradores do Grupo 1, 33% dividem a mesma opinião.

GRÁFICO 20 – Raça/cor como variável independente



Fonte: autoria própria com dados do survey

GRÁFICO 21 – Residência (por grupo de renda da CODEPLAN) como variável independente



Fonte: autoria própria com dados do survey

Por fim, para aprimorar ainda mais a análise sobre a relevância das redes sociais para o eleitorado brasileiro, foi realizada uma regressão logística binária ([Apêndice 11](#)). Todavia, praticamente nenhuma significância estatística entre as variáveis independentes e a preferência pelo uso de redes sociais como fonte de informação eleitoral foi verificada. A única exceção estatisticamente significativa encontrada foi o resultado sobre a importância das redes sociais para o grupo da faixa etária de 16 a 34 anos, que apresentou $\text{sig} = ,000$. As variáveis de escolaridade, renda familiar, religião, sexo, raça/cor, posicionamento político e local de moradia não apontaram diferenças estatisticamente relevantes.

O levantamento de dados pessoais sobre as candidatas para formulação de seus perfis, o mapeamento de seus votos com aplicação da sistematização de Ames (2003), a netnografia, assim como a aplicação das entrevistas estruturadas para candidatas e do *survey* para a população foram importantes para juntos subsidiarem a discussão pretendida e, enfim, responderem ao objetivo central da pesquisa.

4.4 Discussão

Nesse estudo buscou-se compreender, a partir do recorte das eleições de deputados distritais à CLDF (escala de análise), de que modo as campanhas eleitorais de candidatas negras socioeconomicamente desfavorecidas (escala do fenômeno) foram impactadas com o advento das redes sociais, analisando o uso destas como estratégia para aumentar o alcance espacial da campanha eleitoral dessas candidaturas e, possivelmente, de seus votos (escala de ação). Noutras palavras, se ter usado (ou não) as redes sociais, influenciou tanto o número de votos, mas sobretudo, a distribuição espacial dos votos das participantes analisadas.

A partir dos resultados que foram produzidos e sistematizados ao longo da pesquisa, é possível agrupar as candidatas analisadas da seguinte maneira:

- a) *Eleitas* que usaram *consideravelmente* as redes sociais: Jane Marrocos;
- b) *Eleitas* que usaram as redes sociais de *modo secundário ou não usaram*: nenhuma;
- c) *Não-eleitas* que usaram *consideravelmente* as redes sociais: Gaby Santos e Missionária Cristiane;
- d) *Não-eleitas* que usaram as redes sociais de *modo secundário ou não usaram*: Alcione Fernandes, Paula Teles, Edna Borges, Eva Fernandes, Marly Medeiros, Rita Mota, Rosinha Viveiros e Sgt. Valdinete.

No grupo a) *Eleitas* que usaram *consideravelmente* as redes sociais, ao qual integra apenas a participante 7 (Jane Marrocos), o padrão espacial de votação, segundo Ames (2003), foi concentrado-compartilhado, o que significa que, apesar de não possuir dominância de votos em nenhuma das ZEs em relação aos demais candidatos que disputaram (aspecto “compartilhado”), a maior porcentagem de seus votos estão acumulados em uma única ZE do território (aspecto “concentrado”). Nenhuma das participantes integra o grupo b) *Eleitas* que usaram as redes sociais de *modo secundário ou não usaram*, uma vez que entre as participantes, apenas Jane Marrocos foi eleita.

No grupo c) *Não-eleitas* que usaram *primordialmente* as redes sociais, ao qual integram as participantes 3 (Missionária Cristiane) e 6 (Gaby Santos), o padrão espacial de votação foi do tipo concentrado-compartilhado e disperso-compartilhado (AMES, 2003), respectivamente. Já no grupo d) *Não-eleitas* que usaram as redes sociais de *modo secundário ou não usaram*, ao qual integram as demais participantes. Neste grupo, o padrão espacial de votação foi do tipo concentrado-compartilhado para as participantes 1, 4, 5, 10 e 11 (Alcione Fernandes, Edna Borges, Eva Fernandes, Rosinha Viveiros e Sgt. Valdinete). Para as participantes 8, 2 e 9 (Marly Medeiros, Paula Teles e Rita Mota), o padrão espacial de votação foi do tipo disperso-

compartilhado, o que significa que não possuem dominância de votos em nenhuma das ZEs (aspecto “compartilhado”), e que seus votos estão dispersos em diversas ZEs do território (aspecto “disperso”).

Para analisar as candidatas cujo padrão espacial de votação foi concentrado-compartilhado, que foi a maioria entre as participantes, é relevante para a discussão resgatar as informações sobre seus domicílios eleitorais para contrastar com as ZEs onde obtiveram mais votos:

Quadro 27 – Participantes com padrão espacial de votação concentrado compartilhado

Participante	Z.E. de domicílio eleitoral	Z.E. onde obteve mais votos
1. Alcione Fernandes	nº 008 (Ceilândia Centro)	nº 016 (Ceilândia Norte, e Brazlândia)
3. Missionária Cristiane	nº 005 (Sobradinho)	nº 005 (Sobradinho)
4. Edna Borges	nº 005 (Sobradinho)	nº 005 (Sobradinho)
5. Eva Fernandes	nº 010 (Núcleo Bandeirante)	nº 021 (Recanto das Emas)
7. Doutora Jane	nº 005 (Sobradinho)	nº 002 (Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte)
9. Rita Mota	nº 016 (Ceilândia Norte, e Brazlândia)	nº 016 (Ceilândia Norte, e Brazlândia)
10. Rosinha Viveiros	nº 005 (Sobradinho)	nº 005 (Sobradinho)
11. SGT Valdinete	nº 017 (Gama)	nº 017 (Gama)

Fonte: autoria própria

Para além disso, algumas observações merecem ser destacadas: sobre a Participante 1, o Mapa 2 (p. 119) deflagra que a zona eleitoral onde obteve concentração de votos fica ao lado de sua Z.E. de domicílio eleitoral (nº 008 - Ceilândia Centro), onde recebeu a segunda maior proporção de votos (18%); sobre a Participante 5, conforme Mapa 6 (p. 131), a Z.E. que é domicílio eleitoral (nº 010 - Núcleo Bandeirante) é ao lado de onde a candidata obteve maioria (concentrada) de votos (nº 021 (Recanto das Emas), além de ser a segunda Z.E. onde ela mais obteve votos (16,66%); e a Z.E. onde a Participante 7 teve votos concentrados (nº 002 - Paranoá, Varjão, Itapoã e Lago Norte) também fica ao lado de sua Z.E. de domicílio eleitoral (nº 005 - Sobradinho), onde também obteve o segundo maior número de votos (15,81%) e onde, em entrevista, revelou ter trabalhado por mais de uma vez como delegada chefe de polícia (no Paranoá e no Itapoã).

Ao acrescentar à discussão sobre o uso de redes sociais (em menor ou maior grau) os resultados eleitorais, o domicílio eleitoral de cada uma das participantes e o mapeamento de seus votos por zonas eleitorais do DF [asseverado pela aplicação da categorização de Ames (2003)], chama a atenção que, ainda que com quantitativo de votos distintos, o padrão de espacialização de votos das oito participantes acima foi o mesmo.

Isso significa dizer que, a dinâmica da distribuição de seus votos manteve-se concentrada na região onde elas já possuíam algum capital social, sem apresentar espraiamento significativo apesar do uso, considerável ou secundário, de redes sociais. Estes resultados corroboram Zolnerkevic (2025) sobre a importância do âmbito local nas candidaturas, ou seja, que há significativa predominância de votos próximos ao domicílio eleitoral, e de engajamento político, ratificando fenômenos amplamente investigados, como “efeito vizinhança” e “amigos e vizinhos” (KEY, 1949; COX, 1969; HUCKFELDT e SPRAGUE, 1987; MUNIS, 2021).

Sobre isso, algumas informações compartilhadas em entrevista pela Participante 7 (Doutora Jane - AGIR) revalidam essa impressão, como quando diz que “eu venho administrar a minha cidade, a cidade onde eu nasci, onde eu morava. Fui administradora de três cidades, Sobradinho, depois acumulei Sobradinho II e Fercal que também é uma grande experiência política, né? Porque você tá fazendo a política na ponta, como gestora”. Além disso, a participante reforça que “pelo menos 50% desses votos, dez mil e oitocentos, foram conquistados nessa região onde fui delegada chefe, Paranoá e Itapoã”, e revela, “esse trabalho comunitário fez com que a comunidade se apegasse muito ao meu trabalho”. Concluindo sobre seu resultado eleitoral, em que “veio a eleição, com mais da metade dos votos dessa comunidade onde eu atuei”.

Além dela, a Participante 10 (Rosinha Viveiros - CIDADANIA) também vai ao encontro de teorias que fortalecem a ação política em escala local ao lembrar seu histórico de liderança comunitária: “porque o pessoal me conhece, eu já fui liderança. Aí, eu trabalhei junto com eles, muitas lideranças lá até hoje me têm como liderança”. Declara que “então, antigamente, antes de vim essa administração quem tava no controle, quem comandava aqui tudo eram as lideranças. Nós. Entendeu? Eu fazia parte das lideranças”, ao se referir sobre antes de a região da Fercal ter se tornado RA do DF. E complementa, “isso aí, há trinta anos atrás, né? Então, teve lutas, né? Muitas lutas. Então eu usei [na elaboração de seu perfil para campanha eleitoral] essa parte minha, né, de lutas, né, de brigar pelo, pela melhoria do povo... porque, ó, a gente não tinha ônibus que passava aqui na porta. Eu briguei, falei ‘uai, lá do outro lado, nós moramos, gente, mora gente lá, nós precisa, tem gente com criança, como é que faz?’”. Esse

trecho também deflagra outro aspecto considerado entre as etiquetas por tema nas entrevistas, que é a desigualdade de classe entre concorrentes.

A Participante 3 (Missionária Cristiane - PMN) também fortalece a sugestão pela importância da ação política em escala local dessas candidaturas ao relatar que “eu me senti orgulhosa de ter esse privilégio de ser levantada na minha cidade pra estar vindo, né, candidata”. Não somente, mas também quando descreve parte de seu planejamento de campanha eleitoral da seguinte forma: “a gente arrumou dois pontos onde que ali todos os carros passavam e a gente ficava ali durante a semana, a gente ia três vezes bandeirar, e aí nós íamos de casa em casa, andar de quadra em quadra, conversando com as pessoas né, na sola de sapato mesmo, falar que eu era filha aqui de Sobradinho né, da Fercal, Sobradinho II, que eu era daqui, que meu trabalho era social”.

Em todos os trechos citados, que se repetem noutras palavras no decorrer das entrevistas, fica expressa a percepção das então candidatas sobre a importância de seu capital social em suas comunidades, alcançado através de seu trabalho social/comunitário, como elemento indispensável para adquirir capital político. Em outras palavras, os relatos das participantes reforçam que era estratégia intencional durante o período eleitoral, focarem na comunidade onde já eram conhecidas e, em algum grau, bem quistas por seu trabalho e atuação.

Ainda que com padrão espacial de votação distinto (disperso-compartilhado), as informações sobre a estratégia de campanha eleitoral da Participante 6 (Gaby Santos - PDT), de alguma maneira, também ratificam o argumento de que não foram, necessariamente, as redes sociais que conferiram caráter de votação espalhado pelo território. Isso porque, segundo ela, “a experiência de ser candidata me permitiu conhecer Brasília de um jeito que eu não conhecia [...] minha família era da Ocidental, era da Ceilândia, eu trabalhava em Taguatinga, então eu rodei lugar que eu não sabia nem que era DF”.

Sobre as estratégias que traçou para sua campanha, declara que “a gente tentou focar em algumas cidades específicas, né? O nosso foco foi muito territorial, porque a gente não tinha uma atuação territorial, era uma coisa que ia ter que ser construída. Resolvemos focar em algumas cidades específicas”. Reconhecer que não ter “uma atuação territorial” era em alguma medida, prejudicial à sua campanha, e que, portanto, precisariam dar conta de solucionar esse obstáculo, ratifica o argumento sustentado até aqui nesta discussão.

Ainda sobre a escolha por “cidades específicas” (no DF, é comum referir-se às RAs como cidades, ainda que não sejam, como já explicado anteriormente), a participante revela que “primeiro, a gente escolheu poucas porque a gente não tinha uma equipe grande [...] pra fazer

a campanha [...], mas aí a gente deu preferência à Ceilândia, porque eu passei toda a minha adolescência lá e minha família, enfim, tá lá há sessenta, setenta anos [...]”, mas não apenas por estes critérios, “A gente escolheu o Gama por uma questão de número de escolas, a gente conseguiu ver que lá tinha muita escola de ensino médio, então tinha grandes centros assim e a gente achou que era uma boa investir nisso”, e enfim, aborda expressamente a intenção por espalhar a campanha pelo território, “tentar fazer em pontos diferentes do Distrito Federal, né? Então a Ceilândia foi praquela ponta [fala apontando para a direção aproximada que seria], o Gama foi pra ponta Sul e aí a gente foi pra Planaltina”.

Não somente, mas acrescenta que “a gente acabou se inserindo no meio das agendas dos [candidatos] majoritários também. Então muitas vezes eu ia pra algumas cidades acompanhar determinado candidato, sabe? E aí, um lugar que a gente passou poucas vezes, mas que teve um retorno surpreendente foi Águas Claras [...]”. Ou seja, é intrigante como estes relatos de estratégias de campanha eleitoral fisicamente/presencialmente espalhadas por determinadas RAs acabam se desdobrando eleitoralmente num padrão de voto, de fato, disperso no território. É sabido (e pode ser averiguado nos Mapas 2 a 12) que, entre as participantes, esta é a que teve seus votos mais espalhados pelo DF.

Sobre as participantes entrevistadas, acrescenta-se que, em menor ou maior grau, todas utilizaram redes sociais. Ao ser agregado à discussão, esse elemento mostra que independentemente do uso que elas implementaram destas ferramentas para fins de comunicar suas campanhas eleitorais, a faceta “concentrada” da distribuição dos votos no território não foi superada. Mesmo no caso da Participante 6, cujo padrão espacial de votação é do tipo disperso-compartilhado, ao que indicam as informações fornecidas pela entrevista a dispersão pode ser associada à estratégia intencional de campanha eleitoral presencial em RAs diversas pelo DF (diferente do que declararam as demais sobre suas estratégias, pensadas para focar em suas regiões de atuação).

Inclusive, segundo tal participante, a estratégia inicial para sua campanha eleitoral era de “fazer uma campanha muito voltada pra rede social [...] era o que a gente queria [...], infelizmente não deu”. Isto porque a participante Gaby Santos enfrentou desafios sobre os prazos exigidos pela plataforma Facebook e Instagram para autorizarem o impulsionamento e patrocínio de publicações. Sobre a importância que foi dada às redes durante seu planejamento, ela enfatiza: “Toda a importância. Porque [...] não era uma campanha que ia ter muito financiamento. Então nossos recursos eram muito escassos, [...] a gente quis otimizar, né, de uma maneira mais efetiva [...] que era a partir de impulsionamento, de fazer, né, publicidade

paga pra determinadas coisas”. Subtende-se do relato aquilo que a literatura enaltece sobre as redes, seu aspecto de acesso livre e democrático (HARVEY, ZIZEK, *et al.*, 2012; CASTELLS, 2013), que supostamente seria capaz de solucionar o problema de falta de recursos (humanos e financeiros) em um processo como esse.

Pela narração, diante da impossibilidade de “uma campanha essencialmente digital”, foi necessário rapidamente repensar a rota, pois já estavam dentro do (curto) prazo de 45 dias de período eleitoral, e se inicialmente a ideia era “fazer uma campanha muito digital, muito colorida”, a tática assim se reconfigurou: “eu tentei passar isso nas roupas que eu usava, na maquiagem que eu usava, sempre um delineador colorido pra ir, pra conversar com os meninos” e “a gente teve que mudar todo o planejamento pra ir pra porta de escola, conversar com o menino pra ver se eu conseguia voto”.

Também relata que teve que “criar material gráfico, era uma coisa que a gente também não queria, [...] excesso de papel [...] porque a gente sabe que é complicado e a galera fica muito cansada. Chega no meio pro fim ali dos quarenta e cinco dias da campanha, as pessoas não querem mais pegar panfleto”, impressão que foi validada nesta pesquisa diante da discordância de 64,1% da população sobre a importância das informações eleitorais via panfletos e santinhos.

Noutro trecho, Gaby Santos relembra que “A gente comprou dois pirulitos [em referência a um tipo de *banner* que se veste como uma mochila, em formato de pirulito], colocou lá “Gaby” e o número dos dois lados e os meninos que iam panfletar com isso”, revelando estratégias como as aventadas por Speck e Mancuso (2017), Rodrigues (2021), Sampaio (2021). Sobre esses outros métodos conclui que “foi o que fez a campanha realmente andar na rua [...]. Ter ido bater de escola em escola, conversar com estudante [...] era uma caixinha de som e os panfletos na bolsa. Era assim que a gente ia pra porta de escola fazer campanha. A gente botava o *jingle* da campanha, umas músicas [...] que dialogava com a galera [...] e ia pra porta da escola panfletar”, decretando “Se não tivesse sido isso a gente não ia ter conseguido o resultado que a gente teve assim [...] foi muito importante ter mudado essa estratégia”.

A experiência da participante também refuta Filho (2015b) e Nicolau (2023) sobre a prescindibilidade de militantes como cabos eleitorais, ao reforçar a importância dessas figuras para uma campanha com mais efetividade: “a gente contratou pessoas pra trabalharem e a gente tinha os nossos militantes do movimento de juventude que a gente também contratou pra trabalhar. E era muito diferente [...] o resultado. Porque eram pessoas que, se paravam pra

perguntar, ‘Ah, mas e essa campanha? O que que é? O que que defende?’, as pessoas sabiam, elas conseguiam dialogar, elas conseguiam argumentar[...]’.

Ainda assim, entre as participantes, Gaby Santos é uma das candidatas que mais utilizou as redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e TikTok), revelando “gravar três, quatro vídeos no dia”. Contudo, ela interpretou sobre o uso destas ferramentas que sua relevância foi no sentido de: “ter tido uma boa identidade visual, feito uma boa campanha nas redes apesar de não ter feito os impulsionamentos da forma que a gente esperou, foi muito interessante porque a gente conseguiu angariar apoios que não... não necessariamente daqui, mas por exemplo, em relação ao partido [...] Outras pessoas [candidatos e líderes do partido] começaram a ver a campanha e referenciar a campanha em outros espaços”. Ou seja, sua campanha virtual serviu mais como exemplo de “design mesmo, e de identidade visual”, ao que conclui que “isso abriu muita porta em relação a apoio dentro da estrutura partidária”.

Outro elemento, que aparece em trecho anterior, as referências a “menino” e “os meninos” expressam uma particularidade dessa candidata, que foi o nicho de eleitores escolhido por ela e seu grupo político: “a gente fez uma campanha muito direcionada pra primeiro voto, então no nosso planejamento a gente quis trazer essa proximidade da identificação com o jovem”. Ao longo da entrevista, ela reitera a importância dada a este grupo, como quando ressalta que a escolha pelo TikTok, por exemplo, tinha a ver com esse nicho e “a partir da impossibilidade do Facebook e do Instagram”, ou sobre seu conteúdo que “era muito fresco, era muito oxigenado, era muito jovem”.

Em seu relato, a participante aborda também sobre a importância da representação feminina, tema destacado pela etiqueta “Desafios da Representatividade Feminina” na análise de entrevistas realizada, dizendo que “quando eu vi a Dilma, subindo a rampa do Planalto, a primeira mulher presidente, ali eu vi que eu queria também mexer com isso. Porque esse negócio era... era possível”. No desabafo, que foi feito deflagrando emoção e olhos marejados em ambos os encontros (pois foram realizadas entrevistas aberta e semiestruturada com ela), aborda um elemento popular nos discursos pro eleição de mais mulheres, mas que não foi diretamente descrito ao longo das seções teóricas desta pesquisa, que é a noção de que ao enxergarem mulheres nestes cargos, outras mulheres sentem-se igualmente capazes de ocupá-los.

Corroborando autores discutidos sobre as formas de violência política diversas (PINHO, 2020; HASHIZUME e LAURIS, 2020; ROUSSEFF, 2022; BRASIL, 2022b), ela alega que, apesar de outro candidato (homem) tão jovem quanto ela não ter enfrentado

obstáculos dentro do partido, ela foi “muito desestimulada internamente pra poder não sair candidata”, revelando que “eu escutei que eu tinha que estudar pra concurso, fazer outra coisa, ‘mexer com esse negócio de eleição não’” e que teve “dificuldades administrativas [...] em relação a destinação de recurso, atraso na destinação de recurso pra minha campanha, coisas assim que [...] aconteceram no sentido [...] de dar uma prejudicada no andamento e no funcionamento da campanha”.

No caso da Participante 3, Missionária Cristiane, sobre a condição das mulheres na política, ela aponta que “o homem tem mais aliados [...] Eles têm um conhecimento maior. Eles, eles são unidos. Bom, os homens são unidos e as mulheres não são”, opinião que ela justifica pelo tratamento que recebeu de outras mulheres no próprio partido, mas também dentro de sua igreja, uma vez que se apresentou como candidata. Ratificando sobre a importância da legislação eleitoral que justamente visa dirimir a assimetria de gênero nos parlamentos brasileiros, opina que “tem uma porcentagem dentro de um partido que as mulheres elas têm que vim [...]. Antes essa mulher ela não tinha isso, então a mulher ela está ganhando seu espaço”.

Apesar disso, deixa subtendida a diferença no trato de campanhas femininas e masculinas noutro trecho em que diz: “porque geralmente quando a gente leva um cargo de missionária, principalmente quando a gente é mulher, as pessoas da igreja não veem isso [o fato de tornar-se candidata] muito bem”. Complementa afirmando que “nós temos mulheres aí bastante guerreiras mesmo que estão aí lutando e eu [...] acho que na próxima eleição vai ter mais mulheres. Porque a oportunidade agora está sendo muito pras mulheres. Antes as mulheres não tinham voz na política. Agora elas já têm”.

No que diz respeito ao uso de redes sociais, conforme dito anteriormente, a participante foi uma das que as usou frequentemente durante o período eleitoral. Ela revela que produzia conteúdo em formato de *lives* com frequência antes de ser candidata, no papel de missionária, e conta que “com a movimentação nas redes alcancei muitos seguidores através do Facebook, então assim, chamou atenção”. A essa dita “atenção” que obteve pela atuação enquanto líder religiosa, e ao trabalho social que fazia, ela atribui o convite que recebeu do partido para concorrer a candidata distrital. Segundo ela, “a questão era porque eu conhecia muita gente. Então muitas pessoas falavam do meu trabalho que fazia”.

É curioso que, sobre as postagens que fazia, ressalta justamente a relevância delas para divulgar o trabalho que já implementava no território: “a divulgação, [...] a propaganda é a alma do negócio, né?” e “Então eu tinha que usar essa ferramenta pra mostrar o meu trabalho de

alguma forma [...] correr atrás de várias situações” como “Mulheres [...] que estão passando por dificuldade [...]. Esse trabalho eu faço já há muito tempo” e “Então tem políticas públicas que você consegue ajudar, pessoas carentes”.

No mesmo sentido, conta: “às vezes é uma estrada que não é arrumada, está faltando lixeira, então a gente ia lá e conversava, e já falava já que eu era candidata, e a gente colocava [nas redes] ... se tinha alguma coisa de errado aqui na cidade, a gente colocava na rede, e isso chama muita atenção”. Confirmando que, na visão da participante, as redes serviam para registro e divulgação de um trabalho social que concretamente vinha sendo desempenhado localmente. Além disso, a participante destacou o uso do WhatsApp dizendo que “fizemos um grupo com cento e cinquenta pessoas esse grupo, pelo WhatsApp [...] e aí cada uma ia divulgando pra sua família e o que a gente pedia era o seguinte, divulga pra um primo, divulga pra um pai, divulga...”. Nesse sentido, a rede social aparece mais como corroboradora de ação políticas prévias e de pré-existente capital social, do que, de fato, fomentadora de novos eleitores.

Justificada também pela falta de recursos, Missionária Cristiane revelou priorizar a localidade onde entendia possuir capital social, como demonstra em: “eu não conseguia andar Brasília toda como eu queria porque realmente não tinha dinheiro. [...] Não tinha dinheiro. [...] eu fiquei mais só na minha cidade fazendo mesmo aqui [...] aonde que eu morei, moro minha vida toda [...] E eu tive uma votação expressiva, que eu não imaginava, em três meses”. Ela conta que “três vezes na semana a gente ia bandeirar, [...] não tinha condições de todo mundo ir, [...] ia quinze [amigos que atuaram na campanha], aí depois ia mais quinze. Ou então ia dez, ia cinco, mas a gente estava ali. Então era bem legal quando as pessoas paravam, pedia lá o panfleto [...]”.

Elementos populares nas campanhas tradicionais (SPECK e MANCUSO, 2017; SAMPAIO, 2021), sobre os materiais gráficos a participante conta: “tinha panfleto, [...] eu ganhei uns adesivos sim. Eu ganhei os adesivos também lá do partido. Teve adesivo. Nós colocamos adesivos em carros”, e que “todo o material foi fornecido pelo partido”. Missionária Cristiane resume ao dizer que “política é isso, é boca a boca”, e conclui que, apesar do resultado, a experiência de ter sido candidata foi “abrindo portas que eu não conhecia. E conhecimentos que eu adquiri que eu também não sabia”, e mais, “Eu me candidatei, eu fiz uma seleção pra conselheira tutelar e por número de votos, eu creio que foi por causa de ser candidata [a Deputada Distrital], eu me tornei conhecida, né, e aí eu fui eleita pra conselheira tutelar”, em referência ao cargo que ocupa desde 2023.

Similarmente, a Participante 10, Rosinha Viveiros, fez uma campanha com pouco recurso, e disse que recebeu “Quinze mil reais. Nem um centavo a mais, nem um centavo a menos”, e ainda assim, mesmo havendo legislação que a resguardasse sobre a destinação obrigatória de fundo eleitoral às candidatas, segundo ela, enfrentou resistência do partido pois “eles liberaram esse fundo pra gente, com muito... sobre muita pressão”, com apenas 20 dias de campanha restantes.

Também utilizando elementos das campanhas tradicionais, conta que com essa verba: “fiz camiseta ainda com o dinheiro com os quinze, fiz é... a multiplicação dos pães. Igualzinho Jesus”, mas que “o prazo foi tão pouco que eu tive, quando eu mandei fazer material [panfletos, santinhos e adesivos], o material foi todo jogado no lixo, porque não deu tempo de distribuir... humanamente não dava”. Sua estratégia foi juntar “as amigas, sem material, [...] Confiando só no boca a boca”, e conta que “fomos fazer as visitas, nas casas dos amigos mesmo. Foi corpo a corpo”, “ia na casa de um fulano, ia na casa do outro ciclano, ia na casa de beltrano”.

Confirmando a noção acerca da importância de visar sua escala de ação local, Rosinha Viveiros diz que foi “burra” porque “tinha que ter tido foco”, mas “fui pra lugares aonde ninguém não me conhecia. Eu fui burra [...] eu fui pra São Sebastião, [...] pra Recanto da Ema, [...] pra Planaltina.”, segundo ela “lugares aonde as pessoas não me conheciam”. Relegando ao seu histórico de liderança comunitária como ex-presidente da associação dos assentados na região onde mora, ela explica que “Porque na Fecal muita gente me conhece, [...] tenho convívio mais com eles [...] e eles tem possibilidade, tem a quantidade de pessoas e a possibilidade de fazer um candidato”, resumindo que “já tinha as armas na mão. Eu já estava com a faca e o queijo na mão. Porque o pessoal me conhece, eu já fui liderança”.

Assim como em Piscopo e Kenny (2020), as candidatas contradizem argumentos que mencionam uma possível falta de interesse por parte das mulheres na política. A participante, por exemplo, reforça que “sempre apoiei, sempre trabalhei de plateia, né? Apoiando muitos candidatos. Já apoiei muitos candidatos, muitos mesmo. Muito candidatos já ganhou, nós apoiando” e que “sempre trabalhei em campanhas políticas”. Inclusive, diferente das participantes 3 e 7, que disseram terem sido procuradas pelos partidos, Rosinha Viveiros diz que ela mesma procurou os caminhos para tornar-se candidata.

Todavia, assim interpreta a recepção que recebeu no partido, ainda que tenha tido seu nome aprovado para a nominata: “A minha história chamou atenção, [...] pra preencher, pra encher a linguça. [...] eles tinham que colocar quinze mulheres, eles tinham que colocar mais mulheres do que homem. Foi exigência do partido”, e “eu imagino que ele gostou da minha

história, mas mais foi pra, foi tipo o figurante”. Isto porque, na visão dela, dentro do partido “já tava tudo de, de carteirinha marcada”, de maneira que inclusive “a quantidade de dinheiro disponibilizar pra gente foi uma quantidade simbólica”. O trecho aponta elementos que corroboram e justificam as queixas de candidaturas femininas que serviriam apenas para preencher o pré-requisito de cumprimento da cota de gênero (GORTARI, 2019; SILVA e CAMPOS, 2020).

As experiências das quatro candidatas retratam, em algum grau, o atraso, encurtamento ou ausência do repasse obrigatório do Fundo Partidário, assim como a resistência ou negligência imposta às suas campanhas dentro das estruturas partidárias. Ainda que, conforme suas entrevistas e registros em suas redes sociais, as candidatas tenham se empenhado frontalmente com suas campanhas eleitorais, seus relatos reforçam as denúncias de descompromisso dos partidos políticos, que utilizam do nome de mulheres para atender às exigências de gênero em suas nominatas, mas não garantem condições viáveis de candidaturas femininas com chances de concorrer plenamente a um pleito.

Ainda sobre a Participante 10, Rosinha Viveiros revela literalmente ter sentido preconceito dentro do partido, e conta que “quando você vai pra uma reunião dessas, assim tudo, as pessoas, elas fingem te tratar do mesmo nível [...] no mesmo patamar”. Sua experiência corrobora o levantamento sobre os enfrentamentos que candidatas socioeconomicamente desfavorecidas sofrem e sobre interseccionalidade (BIDASECA e LABA, 2013; COLLINS e BILGE, 2020; GONZALEZ, 2020), quando desabafa que: “eu já cheguei em reunião lá, acabar, eu ter que sair mais cedo porque ia acabar dez horas da noite, como é que eu ia me embora? Eu não tenho carro. [...] Acabava reunião dez horas, onze horas, poderia acabar até meia-noite. Todo mundo entra nos seus carros, vai embora pras suas casas. E eu? Que dependo do transporte público”. Narra deflagrando alguma emoção que “nessa hora eu ficava triste, ficava assim [...] Oh meu Deus, que que eu estou fazendo aqui?” que se sentia “um peixe fora d’água, a gente se sente pequeno, muito pequeno”, enfim resumindo que, no partido, “você vale o que você tem, né? Então se você não tem nada, você não vale nada”.

Entre as participantes que usaram as redes sociais, Rosinha Viveiros é uma das que menos utilizou, revelando que “Rede social usei pouco” e “Só o Facebook, e foi só pra fotos”. Deixa subtendido outro elemento que não foi abordado ao longo da pesquisa, mas que igualmente deflagra outra intersecção, que é o obstáculo técnico para utilizar determinadas ferramentas, ao dizer da expectativa de produzir certo tipo de conteúdo virtual como um diário em forma de vídeos “do começo da campanha até o dia da eleição”, mas que não conseguiria

produzir sozinha. O relato e experiência da candidata assevera aspectos de uma desigualdade de qualificação técnica no uso destes dispositivos e equipamentos.

A experiência da Participante 7 (Doutora Jane) sobre a produção de conteúdo para as redes sociais fortalece a importância de poder contar com competências específicas no uso dessas ferramentas ou com suporte de outras pessoas que possuam tal expertise. Entre os exemplos de produção deste tipo de conteúdo, ela relembra que fazia um programa chamado “Casa e Cozinha”, pois ao perceber que o “trabalho de delegada é o que as pessoas amam”, Doutora Jane “contava um caso de polícia, [...] e fazia um prato”, num programa que fazia ao vivo, tido por ela “amador e intuitivo totalmente”. O programa era feito na cozinha de sua casa com auxílio de uma equipe, como revela ao descrever que “os meninos colocavam uma camerazinha lá bem sem vergonha, a gente ilumina com lâmpada mesmo assim, fazia um estúdio amador” e “as meninas vão lendo o que o povo vai escrevendo ali no comentário e eu vou comentando”.

Diferente das demais participantes, Doutora Jane estabelece uma relação diferente com as redes sociais porque reitera várias vezes ao longo da entrevista que as redes serviriam para que, aqueles que já a conheciam, tomassem conhecimento de sua candidatura e “soubessem meu número”. Verificando isso em seu próprio mapa eleitoral, percebe que “fora dessa região [em que trabalhou e morou a vida inteira], os votos foram esses da TV [em referência à quando aparecia nos jornais como chefe de polícia] e de quem conseguiu saber que eu era candidata pelas redes sociais, porque eu não fui lá, eu não tinha dinheiro pra buscar essas regiões”. A hipótese inferida das entrelinhas do relato da participante, e corroborada pelos demais achados dessa pesquisa, vão ao encontro do achado recente de Zolnerkevic, ao concluir que “redes sociais são usadas mais para reforçar as conexões locais já existentes entre candidato e eleitores do que para criar novas conexões com contatos mais distantes” (ZOLNERKEVIC, 2025).

Quanto a estratégias presenciais de campanha em sua região, contou do “Chama que eu vou”, em que “a pessoa me chamava e eu ia à casa dela” e desabafa “Gente do céu, porque que eu inventei isso? Aí todo mundo chamava e queria que eu fosse aí eu não tinha tempo pra ir”. Conta que, por meio disso, durante a campanha, saiu algumas vezes para “fora dessa região aqui, dessa saída norte”, referindo-se à região em que atua e vive. Também reforçando abordagens já há muito conhecidas de campanhas eleitorais, Doutora Jane diz que quando chegava a casa das pessoas, eram “gente simples, e preparava lanche, café, almoço, bolo, [...] ou fazia um almoço pra mim e convidava a vizinhança”, explicitando, assim como no caso das

participantes 3 e 10, as ideias de Key (1949), Cox (1969), Munis (2021), Zolnerkevic (2025) e outros, acerca das práticas espaciais de escala local.

Sobre outras estratégias, diz que “o material impresso não significa nada quando você vai brigar com o poder econômico, né?”, e acrescenta, comparando campanhas com mais recursos, que “aí vem os candidatos que realmente tem dinheiro pra pagar pessoas pra fazer esse trabalho, pra alcançar mais pessoas”, com as de menor recurso. Relembrando a experiência de sua primeira campanha eleitoral, em 2018 destaca que “você faz o trabalho de maneira muito amadora. Você, um grupo familiar, alguns colegas e tentam entrar nessa luta. Ela é inglória e é praticamente impossível a gente conseguir chegar. Fica o sonho, a esperança de ganhar, mas hoje eu sei que na prática é uma coisa impossível”. Insta ressaltar que todas elas corroboram Bakes (2021), atestando que a garantia por cotas de gênero e de fundo eleitoral ainda não são suficientes para sanar a questão da representatividade feminina.

Tal qual uma “*street fighter*” (SPECK e MANCUSO, 2017), conta que: “eu fui fazer uma caminhada dum local que era no comitê nessa cidade do Paranoá até chegar na metade do comércio, eu levei de dez da manhã até o final do dia dezoito horas”, e que, com o recurso recebido em 2022, “essa campanha foi a primeira que eu tive a oportunidade, de fazer aquelas bandeirolas, né? De pagar algumas pessoas pra me ajudar, fazer um trabalho e tal”. Este tipo de estratégia de campanhas tradicionais, em que o candidato(a) busca contato direto presencial com os eleitores, o dito “corpo a corpo” que todas as entrevistadas desempenharam, parece se configurar uma tática indispensável para este tipo de candidatura. Pode-se, portanto, considerar que isto incorre em desafio a mais para mulheres, visto os perigos que elas correm por transitar pelas cidades é significativamente maior do que para os homens¹³⁹.

Não somente, sobre o diagnóstico acerca dos desafios extra impostos às mulheres candidatas (ARAÚJO, 2012; PISCOPO e KENNY, 2020; TABARES, CONCEIÇÃO e MARQUES, 2021; RIVETTI e HEY, 2023; entre outros), o desabafo da Participante 7, ao ser questionada sobre seu estado civil, confirma: “Divorciada. Esse é outro problema, viu? [...] Mulher que ocupa espaço geralmente pode não estar divorciada, mas está sozinha, porque encontrar um homem que consiga aceitar uma mulher nesse lugar e falar assim ‘eu sou, eu vou ser seu companheiro. Vou te ajudar’, [...] cara, os homens não aceitam”, e segue, “Quando eu virei delegada eu perdi um casamento de trinta anos. Eu estava casada há trinta anos. Título de delegada. Acabou o casamento”.

¹³⁹ “81% das mulheres já sofreram violência em seus deslocamentos pela cidade”. Disponível em: <<https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/violencia-em-dados/81-das-mulheres-ja-sofreram-violencia-em-seus-deslocamentos-pela-cidade/>>. Acesso em 10/08/2024

No que diz respeito à sua experiência com o partido, revela que “eles têm os candidatos que eles querem eleitos e eles veem na comunidade quem tem a possibilidade de ter alguma quantidade de votos que vão se somar pra dar o coeficiente eleitoral pro candidato que eles precisam eleger. Então eu era enxergada como essa pessoa”, reforçando que era pelo trabalho comunitário que fazia, mas que apesar disso “não ganharia, mas teria os votos... alguns votos pra fazer a chamada escada” [em referência aos somativos de votos de outros candidatos para atingir o coeficiente eleitoral].

A despeito do investimento (concreto ou abstrato) recebido por partidos políticos, o itinerário da participante Doutora Jane até concorrer às eleições de 2022 é bastante interessante e extenso, e por isso foi resumido em trechos de sua entrevista. A Participante 7 narra que: “fiquei pelo menos dez anos na enfermagem”; trabalhou no “conselho político do sindicato dos professores do SINPRO” e “do conselho político eu vou pra direção do sindicato”, sendo “diretora do SINPRO em duas gestões, 1995 e 1998”; “como diretora de sindicato eu vou pra polícia civil como agente de polícia”; “me torno delegada em 2014, aí eu volto pra UDF, me bacharelei em Direito”; “vivi algumas chefias de delegacia”; “acabei virando delegada chefe”; “saindo da própria polícia a convite parlamentar [...] fui pra CODEPLAN” e “na CODEPLAN um tempo como controladora, depois eu fui procuradora jurídica da Fundação de Apoio à Pesquisa”; “recebi um convite pra ser secretária de estado da criança, adolescência e juventude”; fui administradora de cidades, [...] Sobradinho, depois acumulei Sobradinho II e Fercal; “volto pra delegacia e assumo novamente uma chefia de delegacia numa cidade periférica. [...] Primeiro Planaltina, depois Paranoá” e “lá faço trabalho particular de defesa da mulher, [...] fazia busca ativa em relação a mulher vítima de violência”; “sou palestrante de tema de violência doméstica em várias escolas do DF, os IFB”; “acabo aceitando o convite [para ser candidata] em 2018” e “tive próximo de três mil votos e retorno pra delegacia e continuo o trabalho”; quando enfim, “na segunda tentativa, [...] já agora 2022, iniciei o mandato em 2023, eu tive dezenove mil votos” e “já estou aí há um ano e meio no parlamento”.

A descrição de sua trajetória corrobora Young (2000) e Araújo (2012) sobre a garantia de diferentes perspectivas para atender a demanda por uma representatividade diversa. Isso é corroborado qualitativamente, por recentes atuações da participante na CLDF, como idealizadora de sessão solene pelos 18 anos da Lei Maria da Penha, de projeto de lei que libera consulta de antecedentes criminais daqueles que estejam enquadrados nesta lei, além de atuação legislativa (em votações, secretaria de comissões etc.) que em alguma medida refletem aspectos de seu trajeto pessoal dentro do parlamento.

Para além da trajetória, a diferença entre a participante que foi eleita deputada distrital e as demais, pode ter relação também o fato de esta não ter sido a primeira vez que concorreu a um pleito, mas não somente. Pode-se aventar haver relação com o que Cordova *et al.* apontam em: “cerca de um quarto do fenômeno votação pode ser explicado pela receita” (2023, p. 68). Apesar de todas as onze participantes terem declarado bens em R\$0,00, se comparado, Doutora Jane recebeu mais que a soma de todos os recursos recebidos pelas demais (R\$170.000,00 x R\$161.728,52, este sendo a soma das dez participantes). Ainda assim, a agora deputada distrital obteve 13,4% dos recursos de campanha que tiveram a candidata Paula Belmonte (que declarou mais bens entre todas as candidatas que concorreram em 2022, R\$8.591.919,01, e que foi eleita), e o candidato Paulo Roriz (cujos bens declarados foi o maior das eleições de 2022, R\$15.256.488,17, e que não foi eleito), cujos recursos de campanha atingiram o limite permitido por lei (R\$1.270.629,01).

A equiparação detalhada serve para elucidar que tampouco se pode presumir o sucesso eleitoral da participante, e a diferença dela para as demais, em função do aspecto do recurso utilizado na campanha. O detalhamento do único exemplo da pesquisa que atingiu o objetivo do sucesso eleitoral, tornando-se uma entre as três deputadas negras eleitas à CLDF desde 1991, sugere apontamentos indispensáveis sobre uma possível trajetória política para pessoas deste grupo, e, portanto, fornece *insights* para se pensar em políticas públicas que possam dirimir condições estruturais que impedem o acesso de mais pessoas como ela aos parlamentos.

A descrição sobre o acesso à educação e, em consequência, às condições estáveis de trabalho; sobre o desenvolvimento e manutenção de capital social a partir do trabalho social e de liderança que desempenhou e, a partir daí, a aproximação do campo político institucional; sobre uma estratégia de campanha cujo foco era de atuação local em sua base, com contato direto com a população, simultânea ao uso frequente e qualificado de redes sociais, com foco em validar ali aquilo pelo qual já era reconhecida na vida real; entre outros, são relatos que sugerem um conjunto de experiências, na forma de “ações afirmativas e medidas especiais temporárias” (PRÁ, 2014) que podem, gradativamente, ser oportunizadas às mulheres negras socioeconomicamente desfavorecidas para terem chances plenas numa competição eleitoral.

É isso que pode, inclusive, ser corroborado pela conclusão (escrita na epígrafe, mas reiterada aqui) da própria participante Doutora Jane sobre sua jornada até tornar-se deputada distrital:

Pretos e pobres. Quando vir uma preta e um pobre aqui no parlamento, a gente realmente precisa ser estudado, pra falar assim, “como é que você conseguiu superar todas essas barreiras das dificuldades e chegar aqui?”. No meu caso, não foi pelo sistema, tá? Eu não sou fruto desse sistema. [...] Não foi esse dinheiro de campanha,

[...] não foi o interesse do dirigente partidário, muito pelo contrário, eu fui contra esse sistema, contra o interesse deles. Interesse deles não era nem que eu fosse eleita, era só que eu ajudasse a eleger outro. E ele, distraído, não percebeu que eu tinha um trabalho comunitário e que podia chegar. Ninguém me enxergava. Ninguém via o trabalho que eu estava fazendo de verdade. (SILVA, Jane Klebia do Nascimento, 2024)

Detalhar a trajetória da única deputada eleita entre as participantes da pesquisa legitima a hipótese de que não há uma solução única, como supõe a maior parte da literatura e como conjecturou-se na hipótese desta pesquisa, em que as redes sociais por si poderiam superar desafios não somente quanto ao espalhamento da propaganda eleitoral, mas também quanto ao número de votos, à sua espacialidade no território, e possivelmente, em consequência, quanto às eleições destas mulheres. Vale lembrar que, diferentemente dos estudos que fundamentaram essa pesquisa e que analisam números absolutos de voto, a presente considerou dados de dispersão dos votos das candidatas.

Para isso, os dados produzidos no *survey* são úteis para ajudar a refletir sobre a perspectiva dos eleitores, bem como sua expectativa, sobre as vias que mais (ou menos) importam para se informar e decidirem seus votos diante das informações recebidas durante uma campanha eleitoral. Dentre as opções apresentadas, em relação ao total de respostas sem recortes, as estratégias que foram consideradas mais importantes para acessar informações eleitorais e decidir sobre o voto, por ordem de relevância foram: as conversas presenciais com amigos, familiares e/ou vizinhos (61,76%), o partido político em que se atua (47,38%), as redes sociais (47,27%), a propaganda eleitoral televisiva (39,02%) e a campanha eleitoral com distribuição de panfletos e santinhos (18,28%). Esse dado demonstra que as redes sociais têm importância para o eleitor, porém, o que a pesquisa qualitativa revelou é que há limites na influência desse meio informacional na mudança do voto.

Ressalta-se também o único resultado com significância estatística encontrado, que foi sobre a relação entre a faixa etária de 16 a 34 anos e a importância do uso de redes sociais como fonte de informação eleitoral. A descoberta é interessante, pois pairou no senso comum brasileiro ao longo das últimas eleições a impressão de que certas redes sociais são preferidas sobretudo por pessoas mais velhas. Vide os recentes neologismos “tiazona e tiozão do zap”, geralmente com teor pejorativo, por exemplo, este grupo supostamente estaria mais suscetível e em maior tempo de contato com a comunicação/informação virtual. A partir desta correlação entre faixa etária mais jovem e a importância que dão ao conteúdo político que chega via redes sociais, pode-se inclusive aventar a hipótese de que, com o envelhecimento gradual deste grupo

e o aprofundamento das redes sociais nos futuros jovens, as redes sociais em eleições futuras tornem-se de fato a ferramenta prioritária para obtenção de informação para decidir o voto.

Como dito anteriormente, sabe-se que, uma vez que é postado na internet, a escala de alcance do conteúdo de propaganda eleitoral é ampliada, e além disso, o controle desse alcance pode inclusive ser mediado por estratégias oferecidas pelas próprias redes sociais, como é o caso dos impulsionamentos no Facebook e Instagram. O que não se revelou ao longo da análise dos resultados desse estudo, todavia, foi esse alcance de informação de propaganda eleitoral transformado, necessariamente, em votos também espalhados no território para esse grupo de candidatas estreadas.

Ou seja, ainda que se considere nesta pesquisa que as razões pela escolha de determinado candidato(a) em detrimento de outro são multifatoriais, os resultados aqui encontrados refutam a hipótese inicial sobre o uso de redes sociais como instrumento garantidor de votos mais dispersos pelo território. De modo contrário, os resultados demonstraram que, independentemente do volume de uso de redes sociais pelas participantes da pesquisa durante suas candidaturas, tendo sido menor ou maior o uso, seus padrões espaciais de votos foi praticamente o mesmo. Portanto, ratificou-se a partir da análise as teorias sobre a importância da ação política em escala local como característica fundamental das campanhas eleitorais (ZOLNERKEVIC, 2025).

Não apenas, mas para as candidatas que também alegaram não ter recurso (financeiro e humano) suficiente para ir muito longe de suas bases, a rede social também não foi solução. É possível supor, portanto, que esse mesmo perfil de candidatas enfrente também obstáculos relacionados ao acesso desigual à internet, à qualificação mínima para uso eficiente destas redes, assim como a equipamentos com qualidade suficiente para produzir conteúdo para uma campanha digital. Ou seja, denota-se também que não se pode generalizar ou neutralizar o uso das redes sociais. Nesse sentido, essa pesquisa implementa os avanços de Zolnerkevic (2025) justamente por analisar um grupo sociológico específico, mas também por perscrutar as razões do fenômeno analisado através da implementação de uma análise qualitativa.

Inclusive, investigações sobre o desenvolvimento da Geografia Eleitoral parecem poder ser reaproveitadas sobre as expectativas acerca do poder das redes sociais. Numa similar “revolução quantitativa”, como a identificada por Barnes (2004 apud TEMPLE, 2023, p. 557), as redes de fato possuem potencial de quantitativamente aumentar a divulgação de propaganda eleitoral. Portanto, tampouco a pesquisa tem pretensão de refutar por completo que as redes sociais sejam sim instrumentos efetivos de conversão de propaganda em voto.

Essa hipótese talvez possa relegar às redes grande influência nas eleições de figuras já há muito tempo reconhecidas (dentro ou fora da política), e socioeconomicamente favorecidos, como por exemplo, Leila do Vôlei (PDT/DF), Tiririca (PL/SP), Alexandre Frota (PROS/SP), Romário (PL/RJ), Jean Wyllys (PSOL/RJ), Janones (Avante/MG), Jair Bolsonaro (PL), ou na esteira deste, Hélio Negão (PL/RJ), Nicolas Ferreira (PL/MG), Tarcísio de Freitas (Republicanos/SP), ou também no volume de votos que se pode desde já prever para os estreates à prefeitura de São Paulo, Pablo Marçal (PRTB) e Datena (PSDB).

Todavia, o que os resultados ora apresentados mostram é que, para este grupo específico, mulheres negras socioeconomicamente desfavorecidas que concorriam pela primeira vez, o uso considerável ou secundário das redes sociais não reduziu a importância do localismo (ZOLNERKEVIC, 2025), tampouco teve impacto na dispersão do voto. Como as entrevistas e o mapeamento do voto apontaram, as redes sociais podem ter mais efeito em pessoas já conhecidas e com algum capital social, mas não para este grupo de estreates.

Em outras palavras, o que se alega é que teses sobre a eficácia das redes sociais na eleição (CASTELLS, 2013; CORRÊA, 2016; GOLDZWEIG, 2018; MOHERDAUI, 2022 entre outros), por exemplo, do ex-presidente Bolsonaro (SILVA e KERBAUY, 2019; NICOLAU, 2020), não podem ser simplesmente transpostas a todo e qualquer candidato (sobretudo candidata), tampouco sobre todos os cargos e sistemas eleitorais. E que este tipo de teoria é uma tentativa de equiparação abstrata, que homogeneiza todos os candidatos(as). Métodos de marketing eleitoral, assim como análises político-eleitorais, não devem ser feitas sem a devida distinção sobre quem são os sujeitos em questão, quais recursos materiais e subjetivos dispõem, a que cargo concorrem, e qual sua relação com o território.

Por tais razões, a aclamada revolução propiciada pelas redes sociais, comumente anunciadas como a grande panaceia capaz de transformar as práticas eleitorais, ao contrário do que supunha a hipótese inicial desta pesquisa, não mostrou surtir efeito em quaisquer das circunstâncias analisadas. Noutras palavras, o objetivo central foi alcançado, mas no sentido de concluir que o uso de redes sociais virtuais, a escala de ação, não foi estratégia de campanha eficaz para a dispersão do voto de candidatas autodeclaradas negras e socioeconomicamente desfavorecidas, a escala do fenômeno, para a Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) nas eleições de 2022, a escala de análise.

CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÃO

Apesar da igualdade política formal entre os gêneros, instaurada no Código Eleitoral de 1965, de serem 51,1% da população (IBGE, 2022) e 52% do eleitorado, as mulheres no Brasil seguem distantes de um cenário de equidade de gênero nos parlamentos, sendo 33% entre os candidatos(as) e apenas 15% entre eleitos(as) (TSE, 2022b). Não apenas, testemunham no país a impunidade garantida aos partidos políticos que, diante do descumprimento da lei de cotas eleitorais de gênero (que determina o mínimo de 30% de candidaturas nas nominatas e de fundo eleitoral destinado às mulheres), são anistiados e desresponsabilizados pela manutenção da inserção desigual de brasileiras na política.

No DF, cuja maior parte da população é feminina (52,2%), e destas, 28,72% autodeclararam-se negras (IPEDF, 2021a), ao longo das oito legislaturas desde a retomada democrática em 1991 até as mais recentes eleições gerais em 2022, dos 192 deputados eleitos à Câmara Legislativa do Distrito Federal, 21 eram mulheres, das quais apenas três eram negras. Não somente sua casa legislativa, mas o DF é também a 4ª unidade federativa mais desigual do Brasil, apesar de possuir a maior renda domiciliar per capita mensal do país, e Índice de Desenvolvimento Humano de 0,824 (o que indicaria alto desenvolvimento humano).

Partindo dessa conjunção, e tomada pelo recente (e cada vez mais frequente) entusiasmo sobre a relação entre o fenômeno das eleições e as redes sociais, essa pesquisa teve por objetivo central investigar se o uso de redes sociais virtuais foi estratégia de campanha eficaz para a mudança da escala do voto de candidatas autodeclaradas negras e socioeconomicamente desfavorecidas para a Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) nas eleições de 2022. A hipótese, portanto, considerou que as redes sociais poderiam servir como política de escala, alterando a dinâmica das campanhas eleitorais no território e impactando a espacialização dos votos, ajudando estreantes na política na superação dos empecilhos estruturais conhecidos.

Dado o recorte sobre os sujeitos e fenômeno que se pretendia investigar, o cargo de deputada distrital foi escolhido por ser a porta de entrada na política local, tendendo a facilitar que pessoas estreantes na política participem do pleito. Além de parecer ser um cargo de voto mais volátil, por haver menos apego entre eleitores e estes candidatos, já que as pesquisas apontam que os brasileiros geralmente não lembram para quais deputados e senadores votaram. O pleito mais recente foi escolhido para que as análises atreladas às redes sociais fossem as mais recentes e atuais possíveis, visto que, em termos de tecnologia, seu uso e legislação eleitoral, essa relação (redes sociais e eleições) tem se modificado rapidamente.

A relevância de análises político-eleitorais sobre a capital do país diante da defasagem de pesquisas de perspectiva geográfico-eleitoral sobre a política local, sobretudo em vista das particularidades do ente federativo em questão (único distrito do país), também respaldou o esforço aqui empenhado.

Nesse ínterim, foi feita uma pesquisa exploratória sobre candidaturas no Distrito Federal, que, embasada na discussão teórica, tivessem menor chance de alcançar sucesso eleitoral. Com isso, dez mulheres, autodeclaradas negras, socioeconomicamente desfavorecidas, e que estavam concorrendo a uma eleição pela primeira vez foram selecionadas como participantes. Além destas, outra foi também acrescida ao grupo por ter correspondido a tais critérios, e entre elas, ter sido a única eleita em 2022. Sobre suas candidaturas, procurou-se responder como e em que medida o uso de redes sociais influenciaram nos padrões de espacialização de seus votos, considerando a eleição à deputada distrital em 2022.

No primeiro capítulo, foram apresentados detalhadamente e teoricamente embasados os devidos métodos, materiais e participantes da pesquisa. Em seguida, no segundo capítulo, a partir de uma abordagem de gênero, argumentou-se sobre a importância de se entender o fenômeno da assimetria de gênero nos espaços políticos e as razões apresentadas na literatura. Na mesma seção, foi igualmente debatida a assimetria de raça na política brasileira, tendo em vista que há particularidades sobre cada uma das clivagens. Após isso, foi possível situar os sujeitos sobre os quais o estudo possuía interesse, mulheres negras, a partir das referências sobre interseccionalidade.

A partir daí, uma revisão bibliográfica da literatura deu suporte para debater o conceito de representação política de grupos minoritários (em espaços de poder), que atrelada a uma perspectiva geográfica, apontou as razões, desafios e escalas do fenômeno da sub-representação de mulheres negras e pobres. Nela, destacaram-se elementos da discussão de Pitkin (1967), sobre os quatro tipos de representação política elencados por ela (a simbólica, a formalística, a descritiva e a substantiva). Foram apresentados os avanços feitos na teoria a partir de então, dos quais destacou-se o de Young (2000) que, através do conceito de *différance*, evidencia a inclusão de diferentes para tornar os parlamentos mais representativos, evocando uma representação da perspectiva para garantia de uma representatividade diversa.

Já no terceiro capítulo, o intento foi investigar de que forma as redes sociais estão atreladas à atividade política e elencar o conceito geográfico de escala como elemento que poderia mediar essa relação. Neste sentido, as redes sociais foram apresentadas como

ferramenta de inato potencial de ampliação de escala comunicação que, atrelada à ação política, podem implicar em novos arranjos dos processos eleitorais.

É nesse ponto que a exploração empírica apresentada no quarto capítulo apresenta a principal contribuição analítica da dissertação. Ainda que se saiba que são diversas as variáveis que fazem o(a) eleitor(a) decidir por um número em detrimento de tantos outros quando está diante das urnas, ao contrastar os dados (produzidos via entrevistas, perfil das candidatas, mapeamento de voto, netnografia e *survey*) aos padrões espaciais de votação das candidatas a deputadas distritais analisadas, estes expressam em grande medida as limitações das redes sociais como política de escala para a campanha política do grupo social em questão. Os métodos que foram utilizados para produzir os dados podem ser assim resumidos:

- Entrevista semiestruturada, que foi aplicada às participantes que puderam ser contatadas, afim de produzir dados sobre sua atuação política, o plano de fundo de suas candidaturas, o planejamento das campanhas eleitorais, o uso de redes sociais virtuais durante tal período e suas impressões pessoais por terem sido candidatas;
- Perfil biográfico e político produzido a partir das informações socioeconômicas fornecidas pelo TSE, além de outras encontradas em reportagens on-line, que indicassem elementos sobre possível militância político partidária, relação com demais candidatos, ou particularidades afins;
- Mapa dos votos por zona eleitoral das onze participantes analisadas, tomando por referência a categorização proposta por Ames (2003) para dizer sobre elementos de dominância/compartilhamento e dispersão/concentração dos votos;
- Netnografia, método qualitativo de análise de redes sociais, para analisar a atividade das então candidatas no Facebook, Instagram e Twitter/X durante o período das eleições de 2022, depois sistematizá-los e, a partir disto, classificar as participantes quanto volume de uso destas redes;
- *Survey* aplicado para amostra estatisticamente relevante de eleitores do DF, como forma de analisar a importância das redes sociais na decisão do voto da população local.

No decorrer destas etapas, foram encontrados alguns desafios metodológicos que merecem ser ressaltados. Devido à ausência de resposta às tentativas de contata-las, parte das participantes não puderam ser entrevistadas, e duas não participaram por motivos outros. Além disso, uma delas declarou ter usado também o TikTok, mas não foram levantados dados neste caso, pois de acordo com a fonte utilizada, esta não era uma das redes mais utilizadas para se informar sobre eleições à época.

Ainda, por terem sido coletadas *post factum*, ou seja, após as eleições, algumas postagens podem ter sido apagadas pelas participantes e, por isso, não constaram na sistematização, fragilidade reconhecida sobre a etapa de netnografia. Também, no recorte das participantes, as informações sobre raça/cor utilizadas foram aquelas autodeclaradas ao TSE, de forma que, possíveis questões sobre a passabilidade das candidatas, ou seja, a leitura racial que se pode fazer sobre elas, não foram consideradas. A importância de destacar tais desafios encontrados no decorrer da pesquisa se dá pela intenção de que esforços acadêmicos futuros os superem e, possivelmente, aprimorem os resultados aqui gerados.

Os resultados produzidos foram contrastados na discussão e podem ser resumidos nos seguintes pontos:

- Sobre o resultado eleitoral e o uso de redes sociais, constatou-se que: a única participante que foi eleita utilizou consideravelmente as redes sociais; duas das participantes não-eleitas também as usaram consideravelmente; seis delas usaram-nas de modo secundário e duas não utilizaram;
- Sobre o padrão de votação espacial e informações das participantes acerca de suas campanhas eleitorais: ainda que com quantitativo de votos distinto, o padrão de espacialização de votos de oito participantes, inclusive da única eleita, foi o mesmo - mantiveram-se concentrados na região onde elas já possuíam algum capital social. As demais, tiveram votação espalhada pelo DF, e a candidata cujos votos mais dispersaram, revelou ter intencionalmente aderido a estratégias tradicionais de campanha eleitoral em zonas eleitorais diversas;
- Sobre a opinião do eleitor quanto aos meios de se informar sobre eleições: 47,27% da amostra total disse concordar que o que recebem por rede social é um fator importante para decidirem o voto, e a variável “idade” apresentou significância estatística sobre a relevância dessa via de comunicação para a faixa etária de 16 a 34 anos.

A partir desta elaboração, o objetivo geral dessa dissertação de mestrado foi alcançado, concluindo que o uso de redes sociais virtuais não serviu como política de escala para estas mulheres negras candidatas à Deputadas Distritais para a Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) nas eleições de 2022. Noutras palavras, a conclusão que se chegou é que ter usado redes sociais virtuais (a escala de ação), não foi estratégia de campanha eficaz para a dispersão do voto destas candidatas autodeclaradas negras e socioeconomicamente desfavorecidas (a escala do fenômeno), nas eleições do DF em 2022 (a escala de análise).

Dessa maneira, para as candidaturas do grupo sociológico analisado, a pesquisa corrobora os autores que destacam a importância das “campanhas tradicionais” (SPECK e MANCUSO, 2017; SAMPAIO, 2021), com ações em âmbito local, ratificando fenômenos amplamente investigados, como “efeito vizinhança” e “amigos e vizinhos” (KEY, 1949; COX, 1969; HUCKFELDT e SPRAGUE, 1987; MUNIS, 2021; ZOLNERKEVIC, 2025).

Ao passo que refuta pesquisas que relegam às redes sociais demasiado ou irrefutável poder sobre resultados eleitorais sem levar outros fatores em consideração (CORRÊA, 2016; GOLDZWEIG, 2018; SILVA e KERBAUY, 2019; MOHERDAUI, 2022 entre outros). Ou seja, a aclamada revolução propiciada pelas redes sociais, comumente anunciadas como a grande panaceia capaz de transformar as práticas eleitorais, ao contrário do que supunha a hipótese inicial desta pesquisa, não mostrou surtir efeito nas circunstâncias analisadas.

De forma que, a pesquisa sugere que métodos de marketing eleitoral, assim como análises político-eleitorais, não devem ser simplesmente transpostas a todo e qualquer candidato (sobretudo candidata), tampouco sobre todos os cargos e sistemas eleitorais. Caso contrário, incorrem no risco de produzir análises abstratas ao homogeneizar estes sujeitos em questão, a que cargo concorrem, e qual sua relação com o território.

Por fim, essa pesquisa de mestrado pôde provocar avanços sobre algumas reflexões. Em primeiro lugar, a pesquisa lidou com cargos legislativos de escala distrital, diferentemente dos estudos que aqui serviram de respaldo teórico, que lidam com cargos de votação majoritária (SILVA e KERBAUY, 2019; NICOLAU, 2020; FARIA, RIVETTI e BUTTERBY, 2023), do legislativo de escala nacional (MARIANO e BIROLI, 2017; GRANGEIRO, 2021; MACHADO, 2022) ou municipal (SAMPALIO, 2021; CORDOVA, JUNCKES, *et al.*, 2023; SANTOS e AZEVEDO, 2024). Isto é importante, pois cargos majoritários e proporcionais distintos, além de sistemas eleitorais, quociente eleitoral, recursos previstos e escalas de campanha também distintas, tendem a ter incentivos de voto diferentes.

Não somente, a pesquisa tratou de eleições anômalas se comparadas às demais ao redor do país e, por isso, análises sobre estados e/ou municípios brasileiros não podem simplesmente serem transbordadas. Isso porque o DF é um ente federativo muito particular tanto em sua estrutura de regionalização geográfica e administrativa (não sendo estado, tampouco município), quanto por sua legislação e organização eleitoral e política (possuindo governador, senadores, deputados federais e distritais do DF como um todo e eleições apenas a cada quatro anos). A noção dessa condição *sui generis* deste recorte espacial abre lacuna para futuros

esforços que se debruçam sobre as particularidades políticas, eleitorais e espaciais da capital do Brasil.

Isso também significa dizer que a seleção da escala de análise limita as conclusões desse (e de qualquer outro) estudo, já que é um recorte espacial (Distrito Federal) e temporal (eleições de 2022) específico. Porém, aqui essa escolha foi metodologicamente fundamental para concluir se as redes sociais são realmente estratégias eficazes para um recorte sociológico também particular (mas em grande número no Brasil).

Sobre tal, a pesquisa avança observando também um perfil de sujeitos específicos, que são candidatas negras socioeconomicamente desfavorecidas e estreatas na política institucional. Para estas, no caso ora analisado, as redes sociais serviram mais para reforçar conexões já existentes no território, sobretudo na escala local de onde moram e/ou atuam, do que para criar conexões novas. Isto porque, o desfecho foi que para estas, independentemente de terem utilizado consideravelmente ou secundariamente as redes, suas informações de campanha eleitoral podem até não terem se limitado geograficamente a partir do uso das redes sociais, mas seus votos sim.

Para este grupo, destaca-se também possíveis obstáculos quanto ao uso de redes sociais, uma vez que é provável que recaiam sobre tais sujeitos desigualdades quanto ao acesso à internet, ao uso eficiente das redes sociais e a dispositivos com qualidade suficiente para produzir conteúdo digital, não sendo possível generalizar a forma e meio de uso destas redes. É possível, a partir deste diagnóstico, sugerir estratégias mais eficazes e assertivas para campanhas eleitorais de futuras candidatas.

Não obstante, se para este perfil as estratégias tradicionais de campanha em escala de ação local se mostraram tão relevantes, como a pesquisa avança em mostrar, deflagra-se um agravante. Isso porque, comprovadamente, as mulheres correm mais risco ao transitar pelas cidades do que os homens. Portanto, a pesquisa igualmente recomenda esforços no âmbito de políticas públicas diversas que possam dirimir tais obstáculos, na expansão de uma agenda feminista que, para além das cotas de gênero em nominatas e em fundo eleitoral, garantam condições reais de ingresso das mulheres nos parlamentos.

Portanto, torna-se imprescindível expandir as reflexões sobre os meios de comunicação para fins de propaganda eleitoral para grupos sociais distintos e, em contraste com as escalas de alcance suas divulgações de campanha, investigar também como estas se desdobram em votos com escalas também diversas e espraiadas (ou não) no território. Essa é uma agenda de pesquisa que se abre como possibilidade a partir dos resultados desta dissertação. E não

somente, mas que ratifica a relevância (e urgência) da perspectiva geográfica sobre os assuntos da política e das eleições, assim como das desigualdades de raça, gênero e classe, através da Geografia Eleitoral.

Caso essas expectativas se confirmem, possivelmente os impactos seriam significativos sobre uma mudança gradual nos quadros parlamentares, por conta de uma maior diversidade do conjunto dos(as) representantes eleitos(as). Assim como nas ambições políticas, em relação àquelas que atualmente predominam e que permitiram, intencionalmente, a manutenção de privilégios e exclusões, tanto no corpo representativo quanto na vida de brasileiras e brasileiros até aqui.

Concluindo, os resultados apresentados neste trabalho reforçam a necessidade de se pensar que, se até hoje não se tem notícias sobre o funcionamento ou eficácia de um parlamento mais simétrico quanto a gênero e raça/cor no Brasil e em Brasília, esse estudo se fez sob a premissa de que, se alcançada tal simetria, melhores sejam contempladas as expectativas simbólicas, mas sobretudo práticas, sobre uma representação política mais fiel à sociedade brasileira - estruturalmente diversa e divergente em perspectivas.

REFERÊNCIAS

- AGNEW, J. Mapping politics: how context counts in electoral geography. **Political Geography**, v. 15, n. 2, p. 129-146, 1996.
- AKOTIRENE, C. **Interseccionalidade**. São Paulo: Sueli Carneiro, 2019.
- ALMEIDA, S. L. D. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- ALVAREZ, S. E. A política e o político na tessitura dos movimentos feministas no Brasil e na América Latina. In: GONÇALVES, E. **Desigualdades de gênero no Brasil**. Goiânia : Grupo Transas do Corpo, 2004. p. 15-32.
- AMARAL, E. T. R.; MACHADO, V. B. Nomes de urna e nomes parlamentares de vereadores da Câmara Municipal de Ouro Preto. **Revista GTLex**, v. I, p. 52-65, 2015.
- AMES, B. **Os entraves da democracia no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.
- ARAÚJO, C. Partidos políticos e gênero: mediações nas rotas de ingresso das mulheres na representação política. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 24, p. 193-215, Junho 2005.
- ARAÚJO, C. Cidadania democrática e inserção política das mulheres. **Revista Brasileira de Ciência Política** , Brasília, n. 9, p. 147-168, 2012.
- ARCHANJO, D. R. Representação política: um diálogo entre a prática e a teoria. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 19, n. 38, p. 65-83, 2011.
- ARCHENTI, N.; ALBAINÉ, L. O Feminismo na política. Paridade e violência política de gênero na América Latina. **Cadernos Adenauer**, Buenos Aires, Maio 2018.
- ARIAS, J. As redes sociais destruirão a democracia ou a ressuscitarão? **EL PAÍS**, 2018.
Disponível em:
<https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/03/opinion/1543877639_842496.html>. Acesso em: 31 mar. 2022.
- ARRETCHE, M. Estados federativos e unitários: uma dicotomia que pouco revela. **Revista de Sociologia e Política**, v. 28, n. 74, p. 17, 26 Abril 2020.
- ASH, J.; KITCHIN, R.; LESZCZYNSKI, A. Digital turn, digital geographies? **Progress in Human Geography**, v. 42, n. 1, Agosto 2016.
- AZEVEDO, C. E. F. et al. **A Estratégia de Triangulação: Objetivos, Possibilidades, Limitações e Proximidades com o Pragmatismo**. IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade. Brasília: [s.n.]. 2013. p. 01-16.
- AZEVEDO, D. A. D. **Divisão municipal e o exercício da cidadania em espaços desiguais: os casos do Piauí e Rio Grande do Sul**. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, p. 125. 2012.
- AZEVEDO, D. A. D. A necessidade da geografia eleitoral: as possibilidades do campo. **Geosp espaço e tempo**, São Paulo, v. 27, n. 2, 2023.
- AZEVEDO, D. A. D. et al. Geography of violent populism: the invasion of Praça dos Três Poderes on January 8, 2023, in Brazil. **GeoJournal**, Mimeo.
- AZEVEDO, D. A. D.; MEIRELES, B. L. Territorial and Electorate Size Influence: Participation/Competitiveness in Costa Rica's 2016 Local Scale Elections. **Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía**, p. 25-44, 2021.
- BACKES, A. L. **Mulheres na política: uma análise internacional**. Câmara Legislativa. Brasília, p. 3. 2021.

- BAKER, A.; AMES, B.; RENNO, L. R. Social Context and Campaign Volatility in New Democracies: Networks and Neighborhoods in Brazil's 2002 Elections. **American Journal of Political Science**, v. 50, n. 2, p. 382-399, 2006.
- BARRANCOS, D. **História dos Feminismos na América Latina**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2022.
- BEAUVOIR, S. D. **O Segundo Sexo**. 1ª. ed. [S.l.]: Nova Fronteira, 2008.
- BERNARDES, A. COMO PESQUISAR AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS EM GEOGRAFIA? **Estudos Geográficos: Revista Eletrônica de Geografia**, v. 18, n. 2, maio 2020.
- BIDASECA, K.; LABA, V. V. **Feminismos y Poscolonialidad - Descolonizando el feminismo desde y en América Latina**. 1ª. ed. Buenos Aires: Ediciones Godot Argentina , 2013.
- BOBBIO, N. **Teoria Geral da Política: A Filosofia Política e as Lições dos Clássicos**. 10ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, v. I, 2000.
- BOLOGNESI, B.; RIBEIRO, E.; CODATO, A. Uma Nova Classificação Ideológica dos Partidos Políticos Brasileiros. **DADOS**, Rio de Janeiro, v. 66, n. 2, p. 1-31, 2023.
- BOWLER, S.; DONOVAN, T.; SNIPP, J. Local sources of information and voter choice in state elections: Microlevel foundations of the friends and neighbors effect. **American Politics Quarterly**, v. 21, n. 4, p. 473-489, 1993.
- BRASIL. TÍTULO III - Da Organização do Estado, CAPÍTULO III - Dos Estados Federados, Art. 27. **Constituição da República Federativa do Brasil**, 1988a. Disponível em: <<https://portal.stf.jus.br/constituicao-supremo/artigo.asp?abrirBase=CF&abrirArtigo=27#:~:text=Dos%20Estados%20Federados-,Art.,Deputados%20Federais%20acima%20de%20doze.>>. Acesso em: 29/ 12/ 2022.
- BRASIL. TÍTULO III - Da Organização do Estado, CAPÍTULO V - Do Distrito Federal e dos Territórios, Seção I - Do Distrito Federal, Art. 32. **Constituição da República Federativa do Brasil**, 1988b. Disponível em: <<https://www.tjdf.jus.br/institucional/relacoes-institucionais/arquivos/cf-art-32-ss1.pdf>>. Acesso em: 29/ 12/ 2022.
- BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições.**, 1997. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm>. Acesso em: 10/ 05/ 2023.
- BRASIL. **Emenda Constitucional nº 117, de 05 de abril de 2022**, 2022a. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc117.htm>. Acesso em: 20/ 07/ 2023.
- BRASIL. Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. **Violência Política**, 2022b. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/mais-mulheres-na-politica/violencia-politica>>. Acesso em: 2024.
- CAMPOS, L. A. O pardo como dilema político. **Insight Inteligência**, Outubro 2013.
- CAMPOS, L. A.; MACHADO, C. A cor dos eleitos: determinantes da sub-representação política dos não brancos no Brasil. **Revista Brasileira de Ciência Política** , Brasília, n. 16, p. 121-151, 2015.

- CAMPOS, L. A.; MIGUEL, L. F. O oitavo de março no congresso: representações da condição feminina no discurso parlamentar. **Cadernos Pagu**, p. 471-508, 2008.
- CARVALHO, N. R. **Geografia política do voto e comportamento legislativo no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2003.
- CASSELLS, M. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. 8ª. ed. São Paulo: Paz e Terra, v. 1, 1999.
- CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CASTRO, I. E. D. O problema da escala. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. D. C.; CORRÊA, R. L. (.). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 118-140.
- CASTRO, I. E. D. **Geografia e política**: território, escalas de ação e instituições. Rio de Janeiro: Bertrand, 2005.
- CGI.BR. Comitê Gestor da Internet do Brasil. **Pesquisa TIC Domicílios 2020 (Edição COVID-19 - Metodologia Adaptada)**, 2021. Disponível em: <<https://www.cgi.br/noticia/releases/cresce-o-uso-de-internet-durante-a-pandemia-e-numero-de-usuarios-no-brasil-chega-a-152-milhoes-e-o-que-aponta-pesquisa-do-cetic-br/>>. Acesso em: 21/ 03/ 2022.
- COLLINS, P. H. **Pensamento feminista negro**. São Paulo: Boitempo, 2019.
- COLLINS, P. H.; BILGE, S. **Interseccionalidade**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- COLOGNESE, S. A.; MELO, J. L. B. A técnica de entrevista na pesquisa social. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 143-159, 1998.
- CORDOVA, D. F. et al. Democracia e Representação Política de Mulheres em Municípios de Médio e Pequeno porte no Brasil. **Revista Latino-americana de Geografia e Gênero**, v. 14, n. 1, p. 56-76, 2023.
- CORRÊA, F. S. O que fazer para sobreviver politicamente?. In: _____ **Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação da UFMG**. [S.l.]: [s.n.], 2016.
- COTTA, M. Representação Política. In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; GIANFRANCO, P. **Dicionário de Política**. 11ª. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, v. I, 1998. p. 1101-1107.
- COX, K. The voting decision in a spatial context. **Progress in Geography**, v. 1, p. 83-117, 1969a.
- COX, K. Spaces of dependence, spaces of engagement and the politics of scale, or, looking for local politics. **Political Geography**, 1998. 1-24.
- COX, K. R. On the utility and definition of regions in comparative Political Sociology, v. 2, n. 1, 1969b.
- DALMORO, M.; VIEIRA, K. M. Dilemas na construção de escalas tipo likert: o número de itens e a disposição influenciam os resultados? **Revista Gestão organizacional**, v. VI, p. 162-174, 2013.
- DATAREPORTAL. Global Social Media Statistics. **DataReportal**, 2024a. Disponível em: <<https://datareportal.com/social-media-users>>. Acesso em: Maio 2024.

- DATAREPORTAL. DIGITAL 2024: BRAZIL. **DataReportal**, 2024b. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil?rq=brazil>>. Acesso em: Maio 2024.
- DATASENADO. Pesquisa DataSenado: Mulheres na Política. **Instituto de Pesquisa DataSenado**, 2022. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/institucional/datsenado/arquivos/pesquisa-mulheres-na-politica-2022>>. Acesso em: 22/ 09/ 2022.
- DUARTE, R. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar**, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004.
- ELAS No Poder. **Elas No Poder**, 2020. Disponível em: <<https://elasnopoder.org/>>. Acesso em: 22/ 09/ 2022.
- ESTEVES, L. C. et al. “OCUPAR AS TELAS E DEMARCAR AS REDES”: JUVENTUDES INDÍGENAS E COMUNICAÇÃO DIGITAL. **Asas da Palavra**, v. 20, n. 1, 2023.
- FABRÍCIO, S.; FERREIRA, D. M.; BORBA, J. A. ENFRENTAMENTO AOS IMPACTOS DA COVID-19: GOVERNOS LIDERADOS POR MULHERES APRESENTAM MELHOR RESPOSTA EM PREVENÇÃO A PANDEMIA? **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 390-415, 2020.
- FARIA, A. M. T.; RIVETTI, J. M. D. M.; BUTTERBY, C. Mulheres como o Outro na política brasileira: um balanço das candidatas vice-presidentas, vice-governadoras e vice-prefeitas (2014-2020). **Simbiótica**, Vitória, v. 10, n. 2, p. 294-321, 2023.
- FEDERICI, S. **Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação**. 2ª. ed. [S.l.]: Editora Elefante, 2023.
- FIGUEIREDO, R. **Marketing político em tempos modernos**. Rio de Janeiro: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2008.
- FILHO, C. D. B.; PRAÇA, S. As novas tecnologias da comunicação: campo jornalístico, campo político e produção jornalística online. In: FIGUEIREDO, R. **Marketing político em tempos modernos**. Rio de Janeiro: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2008. p. 200.
- FILHO, D. F. et al. **Regressão logística em Ciência Política**. Recife: Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Pernambuco (DCP- UFPE), 2015a.
- FILHO, G. F. M. **Os vínculos políticos da militância na composição do parlamento: uma abordagem geográfica da 54ª legislatura (2011-2015)**. Rio de Janeiro: Monografia (Bacharel em Geografia) - Departamento de Geografia, Instituto de Geociências (IGEO) - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2015b.
- FRAIN, K. How a Tweet Brought People to the Street: Social Media and the Success of Ni Una Menos. **Undergraduate Journal of Global Citizenship**, v. 3, n. 2, 2020.
- GABARDO, M.; LIMA-LOPES, R. E. D. NI UNA MENOS: CIÊNCIA DAS REDES E ANÁLISE DE UM COLETIVO FEMINISTA. **Humanidades & Inovação**, v. 5, n. 3, 2018.
- GIBSON, C. et al. Understanding the 2017 “Me Too” Movement’s Timing. **Humanity & Society**, v. 43, n. 2, 2019.
- GOLDZWEIG, R. S. Por que devemos nos preocupar com a influência das redes sociais nas eleições 2018? **El País - Brasil**, 2018. Disponível em:

- <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/21/opinion/1537557693_143615.html>. Acesso em: Maio 2024.
- GONÇALVES, E. **Desigualdades de gênero no Brasil: reflexões e experiências**. 1ª. ed. Goiânia: Grupo Transas do Corpo, 2004.
- GONZALEZ, L. **Por um feminismo afro-latino-americano**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- GORTARI, A. D. S. N. A Podridão da Candidatura Laranja: ponderações acerca da participação feminina nas eleições brasileiras. **Resenha Eleitoral**, Florianópolis, p. 187-204, Julho 2019.
- GRANGEIRO, J. J. M. **Elas que lutam: a participação das mulheres no processo legislativo na Câmara dos Deputados pós-constituente**. Monografia - Universidade de Brasília - Orientadora: Debora Diniz. Brasília. 2021.
- GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **American journal of sociology**, Chicago, 1973.
- GUERRA, L. L. Niveles de análisis, Falacia Ecológica y Falacia Contextual. **Revista española de la opinión pública**, v. 48, p. 69-87, 1977.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 17ª. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2008.
- HARVEY, D. et al. **Occupy**. São Paulo: Boitempo, 2012.
- HASHIZUME, M.; LAURIS, É. **Violência política e eleitoral no Brasil: panorama das violações de direitos humanos de 2016 a 2020**. Terra de Direitos e Justiça Global. [S.l.]. 2020.
- HOBBS, T. **Leviatã**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- HUCKFELDT, R.; SPRAGUE, J. Networks in context: The social flow of political information. **American Political Science Review**, v. 81, n. 4, p. 1197-1216, 1987.
- IBGE. Brasil. **Censo 2022**, 2022. Disponível em: <<https://censo2022.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 25/10/2022.
- IDEA. International IDEA. **Gender Quotas Database**, 2021. Disponível em: <<https://www.idea.int/data-tools/data/gender-quotas-database>>. Acesso em: 2024.
- IPEDF. **Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal - Retratos Sociais 2021 - Pessoas Negras**, 2021a. Disponível em: <<https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2022/11/RETRATOS-SOCIAIS-COR-RAC%CC%A7A-SUMA%CC%81RIO-FINAL.pdf>>. Acesso em: 29/12/2022.
- IPEDF. **Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal - Retratos Sociais 2021 - Mulheres**, 2021b. Disponível em: <<https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2023/04/2023.04.17-Sumario-Executivo-Retratos-Sociais-Mulheres.pdf>>. Acesso em: 29/12/2022.
- IPEDF. **Hábitos da População do Distrito Federal**. Instituto de Pesquisa e Estatística do DF. Brasília. 2022c.
- IPU. União Interparlamentar. **Inter-Parliamentary Union**, 2023. Disponível em: <<https://www.ipu.org/impact/gender-equality>>. Acesso em: 18/09/2023.
- ISRAEL, C. B. **Redes Digitais - Espaço de Poder: por uma Geografia da Internet**. Rio de Janeiro: Consequência, 2021.

- JOHNSTON, R. et al. Friends and neighbours voting revisited: the geography of support for candidates to lead the UK's Labour party. **Political Geography**, v. 55, p. 1-9, 2016.
- KEY, V. O. **Southern Politics in State and Nation**. Nova Iorque: Knopf, 1949.
- KEY, V. O. A Theory of Critical Elections. **Journal of Politics**, p. 03-18, 1955.
- KNECHTEL, M. D. R. Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada. **Intersaberes**, Curitiba, 2014.
- KOZINETS, R. **Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online**. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LEITÃO, C. A entrevista como instrumento de pesquisa científica: planejamento, execução e análise. In: PIMENTEL, M.; SANTOS, E. **Metodologia de pesquisa científica em Informática na Educação: abordagem qualitativa**. Porto Alegre: SBC, 2021. Cap. 7.
- LEVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.
- LOPES, J. S. Branco(a)-mestiço(a): problematizações sobre a construção de uma localização racial intermediária. **Revista da ABPN**, v. 6, n. 13, p. 47-73, março 2014.
- LOPES, J. S. “Quase negra tanto quanto quase branca”: autoetnografia de uma posicionalidade racial nos entremeios. In: _____ **Branquitude: estudos sobre a identidade branca no Brasil**. [S.l.]: Appris, 2017.
- MACHADO, C.; CAMPOS, L. A. **Raça e eleições no Brasil**. Porto Alegre: Zouk, 2020.
- MACHADO, D. D. O. GEOGRAFIA DO VOTO NAS ELEIÇÕES DE 2018 PARA A CÂMARA DOS DEPUTADOS. **E-legis**, Brasília, p. 208-223, 2022.
- MANIN, B. **The principles of representative government**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- MANIN, B.; PRZEWORSKI, A.; STOKES, S. C. Eleições e representação. São Paulo: Lua Nova, 2006.
- MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8ª. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- MARIANO, R.; BIROLI, F. O debate sobre aborto na Câmara dos Deputados (1991-2014): posições e vozes das mulheres parlamentares. **cadernos pagu**, n. 50, Março 2017.
- MATOS, M. Paradoxos da Incompletude da Cidadania política das Mulheres: novos horizontes para 2010. **Debate: Opinião Pública e Conjuntura Política**, v. 2, p. 31-59, 2010.
- MCCAY-PEET, L.; QUAN-HAASE, A. What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer? In: PUBLICATIONS, S. **The SAGE Handbook of Social Media Research Methods**. [S.l.]: SAGE, 2018.
- MENDES, J. C.; BECKER, S. Entrevista com Heleieth Saffioti. **Estudos Feministas**, Florianópolis, p. 141-165, 2011.
- MIGUEL, L. F. REPRESENTAÇÃO POLÍTICA EM 3-D: elementos para uma teoria ampliada da representação política. **RBCS - Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 18, n. 51, p. 123-140, Fevereiro 2003.
- MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. **Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 1, p. 55-81, Junho 2009.
- MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. **Feminismo e Política - uma introdução**. 1ª. ed. São Paulo: Boitempo, 2014.

- MINEIRO, M. Pesquisa de survey e amostragem: aportes teóricos elementares. **Revista De Estudos Em Educação E Diversidade - REED**, v. 1, p. 284-306, 2020.
- MOHERDAUI, L. Redes sociais têm mais impacto eleitoral do que rádio TV. **Poder 360**, 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/redes-sociais-tem-mais-impacto-eleitoral-do-que-radio-e-tv/>>. Acesso em: Abril 2024.
- MONACO, F. R. Descentralização e Centralização. In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. 1ª. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, v. 1, 1909. p. 329-335.
- MOORE, A. Rethinking scale as a geographical category: from analysis to practice. **Progress in Human Geography**, Madison, p. 203–225, 2008.
- MOORE, A. REPENSAR A ESCALA COMO UMA CATEGORIA GEOGRÁFICA: DA ANÁLISE PARA A PRÁTICA. **GEOgraphia**, 23 maio 2018. 3-24.
- MULHERES Negras Decidem. **Mulheres Negras Decidem**, 2020. Disponível em: <<https://mulheresnegrasdecidem.org/dados/>>. Acesso em: 20 Agosto 2022.
- MUNDT, M.; ROSS, K.; BURNETT, C. M. Scaling Social Movements Through Social Media: The Case of Black Lives Matter. **Social Media + Society**, v. IV, n. 4, 2018.
- MUNIS, K. B. Place, candidate roots, and voter preferences in an age of partisan polarization: Observational and experimental evidence. **Political Geography**, v. 85, p. 1-12, 2021.
- NASCIMENTO, A. Senado Federal. **Pronunciamento de Abdias Nascimento em 14/11/1991**, 1991. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/pronunciamento/88805>>. Acesso em: abr. 2024.
- NEGRO, A. L. Paternalismo, populismo e história social. **Caderno Arquivo Edgard Leuenroth**, Campinas, v. 11, n. 20, 2004.
- NICOLAU, J. **O Brasil dobrou à direita: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- NICOLAU, J. Podcast: Fora da política não há salvação (produção de Cláudio Couto). **Rumos do nosso sistema político**, 2023. Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/2pTUB2TOBWhU3Jo0ovRqzn?si=d6dcd58febb1401f>>. Acesso em: nov. 2023.
- OLIVEIRA, F. Ser negro no Brasil: alcances e limites. **Estudos Avançados**, v. 18, n. 50, p. 57-60, 2004.
- ONU. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**. Organização das Nações Unidas. [S.l.]. 2015.
- ORTIZ-OSPINA, E. OurWorldInData.org. **The rise of social media**, 2019. Disponível em: <<https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>>. Acesso em: Maio 2024.
- PAIXÃO, M. In: (ORGANIZADORA), E. G. **Desigualdades de gênero no Brasil: reflexões e experiências**. Goiânia: Grupo Transas do Corpo, 2004. p. 45-104.
- PDAD. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - DF. **CODEPLAN**, 2021. Disponível em: <<https://www.ipe.df.gov.br/pdad-2021-3/>>. Acesso em: 10 out. 2023.

- PEIXOTO, V. D. M.; MARQUES, L. M.; RIBEIRO, L. M. Financiamento de campanhas e desempenho eleitoral das mulheres nas eleições brasileiras (1998-2020). **Estudos Avançados**, v. 36, n. 106, 2022.
- PINHO, T. R. D. Debaixo do Tapete: A Violência Política de Gênero e o Silêncio do Conselho de Ética da Câmara dos Deputados. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 28, n. 2, 2020.
- PISCOPO, J. M.; KENNY, M. Rethinking the ambition gap: gender and candidate emergence in comparative perspective. **European Journal of Politics and Gender**, v. III, n. 1, p. 3-10, 2020.
- PITKIN, H. F. **The Concept of Representation**. London: University of California Press, v. I, 1967.
- PNAD. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Brasil. [S.l.]. 2021.
- POLITIQUE - Gestão Inteligente de Política. **O que é o planejamento de campanha política e quais tecnologias podem ajudar você a ter sucesso**, 2022. Disponível em: <https://lp.politique.com.br/planejamento-de-campanha-politica?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw5ImwBhBtEiwAFHDZx_Db9ABlynZD-eCmg_f2oO5ZqI5gSgg6zMUzTD6RvPSs7kINWrLUoRoCY4AQAvD_BwE>. Acesso em: 2024.
- PRÁ, J. R. Mulheres, direitos políticos, gênero e feminismo. **Cadernos Pagu**, n. 43, p. 169-196, 2014.
- RANGEL, P. D. **Movimentos feministas e direitos políticos das mulheres: Argentina e Brasil**. Universidade de Brasília - UnB. Brasília, p. 223. 2012.
- RECUERO, R. A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: VIZER, E. **Lo que McLuhan no previó**. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 205-223.
- RENNÓ, L. R. Desigualdade e Informação Política: As Eleições. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 50, p. 721-755, 2007.
- REZENDE, D. L. Desafios à representação política de mulheres na Câmara dos Deputados. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 2017.
- RIVETTI, J. M. D. M.; HEY, A. P. Mulheres políticas - Estratégias de legitimidade e recursos mobilizados por Cristina Kirchner. **Tempo Social, revista de sociologia da USP**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 33-57, 2023.
- RODRIGUES, Q. B. D. F. **How money talks - tipos de gastos de campanha e votos para Senado Federal (2010-2018)**. TCC em licenciatura em Ciências Sociais da Universidade Federal de Alagoas. Maceió. 2021. Orientador: Ranulfo Paranhos dos Santos Filho.
- RODRIGUES, R. J. P. A EVOLUÇÃO DA POLÍTICA DE COTA DE GÊNERO NA LEGISLAÇÃO ELEITORAL E PARTIDÁRIA E A SUB-REPRESENTAÇÃO FEMININA NO PARLAMENTO BRASILEIRO. **Revista Eletrônica Direito e Política**, v. 12, n. 1, p. 27-51, 2017.
- ROGERSON, P. A. **Métodos estatísticos para geografia**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- ROUSSEFF, D. A misoginia e a manipulação da mídia. In: D'ÁVILA, M. **Sempre foi sobre nós: relatos da violência política de gênero no Brasil**. Rio de Janeiro : Rosa dos Tempos , 2022. Cap. 4.

- SACCHET, T. Que reforma política interessa às mulheres? Cotas, sistema eleitoral e financiamento de campanha. In: IANONI, M. **REFORMA POLÍTICA DEMOCRÁTICA: temas, atores e desafios**. [S.l.]: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.
- SACCHET, T.; SPECK, B. W. Financiamento eleitoral, representação política e gênero: uma análise das eleições de 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 177-197, Junho 2012.
- SAMPAIO, D. CAMPANHAS TRADICIONAIS OU MODERNAS? Estratégias de gastos nas eleições municipais de 2016. **REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS SOCIAIS**, v. 36, n. 105, p. 1-18, 2021.
- SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2002.
- SANTOS, M. Território e Sociedade: entrevista com Milton Santos. In: SEABRA, O.; CARVALHO, M.; LEITE, J. C. **Território e Sociedade: entrevista com Milton Santos**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- SANTOS, T. G. D.; AZEVEDO, D. A. D. Geografia do voto e a representação política de grupos marginalizados: eleições de 2020 de vereadoras negras no município de São Paulo, 2024.
- SANZIO, R. Projeto GEOAFRO Brasil. **A Espacialidade do Brasil Africano, A Governança Secular Escravocrata**, 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xXngv61WiFg>>. Acesso em: abr. 2023.
- SEN, A. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- SHIN, M. Geografia Eleitoral no século XXI. In: AGNEW, J., et al. **The Wiley Blackwell Companion to Political Geography**. 1ª. ed. [S.l.]: Wiley Blackwell, 2015. Cap. 21.
- SILVA, A. Feminismo regenerativo: tudo o que aprendi com minha filha sobre como (não) tratar as mulheres, 2023. Disponível em: <<https://netzero.projtodraft.com/feminismo-regenerativo-tudo-o-que-aprendi-com-minha-filha-sobre-como-nao-tratar-as-mulheres/>>. Acesso em: 29 mar. 2024.
- SILVA, B. D. Violências estruturais na trajetória de uma mulher negra. In: D'ÁVILA, M. **Sempre foi sobre nós: Relatos da violência política de gênero no Brasil**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2022. Cap. 2.
- SILVA, D. R. D.; KERBAUY, M. T. M. Eleições 2018 e a forte influência das redes sociais. In: COSTA, M. C. C.; BLANCO, P. **Liberdade de Expressão Questões da atualidade**. São Paulo: ECA-USP, 2019. p. 125-143.
- SILVA, L. J. D. et al. Tweet_Eleições_2022: Um dataset de tweets durante as eleições presidenciais brasileiras de 2022. **BRAZILIAN WORKSHOP ON SOCIAL NETWORK ANALYSIS AND MINING (BRASNAM)**, Brasília, p. 193-199, 2024.
- SILVA, T. J. C.; CAMPOS, M. M. C. Cotas eleitorais de gênero no Brasil: ontem, "azul e rosa"; hoje, "laranja"? **Caderno De Graduação - Ciências Humanas E Sociais**, Aracaju, 2020.
- SLOAN, L.; QUAN-HAASE, A. **The SAGE Handbook of Social Media Research Methods**. [S.l.]: SAGE, 2017.

- SMITH, N. Contours of a Spatialized Politics: Homeless Vehicles and the Production of Geographical Scale. **Duke University Press**, p. 54-81, 1992.
- SOBREIRO FILHO, J. MOVIMENTOS SOCIOESPACIAIS, SOCIOTERRITORIAIS, MANIFESTAÇÕES E AS REDES SOCIAIS: DAS MANIFESTAÇÕES INTERNACIONAIS AO MOVIMENTO PASSE LIVRE-SP. **GeoGraphos**, Alicante, v. 6, n. 73, p. 1-29, 2015.
- SOBREIRO FILHO, J. OS OUTROS MOVIMENTOS DOS MOVIMENTOS SOCIOTERRITORIAIS ARTICULADOS EM REDES: UMA LEITURA SOBRE CONVERGENCE SPACES DESDE O MST E SUAS RELAÇÕES URBANAS E INTERNACIONAIS. In: FILHO, E. D. S. R., et al. **EXPANSÃO DO CAPITAL, MOVIMENTOS SOCIOTERRITORIAIS E POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO**. São Paulo: Outras Expressões, 2020. p. 93-110.
- SOUZA, M. L. D. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- SPECK, B. W.; MANCUSO, W. P. ‘Street fighters’ e ‘media stars’: estratégias de campanha e sua eficácia nas eleições brasileiras de 2014. **Cadernos Adenauer**, v. III, n. 7, p. 121-138, 2017.
- STEINBERG, G. **Política em pedaços ou Política em bits**. 1ª. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.
- SWYNGEDOUW, E. The Mammon quest; “Glocalization”, interspatial competition and the monetary order: The construction of new scales. In: DUNFORD, M.; KAFKALAS, G. **Cities and regions in the new Europe**. London: Belhaven Press, 1992a. p. 39-67.
- SWYNGEDOUW, E. Neither Global nor Local: “Glocalization” and the Politics of Scale. In: COX, K. **Spaces of Globalization: Reasserting the Power of the Local**. New York and London: Guilford/Longman, 1997.
- TABARES, C. D. V.; CONCEIÇÃO, B. D. S.; MARQUES, R. S. Mulheres, raça e partidos no Brasil: análise da sub-representação das candidaturas identitárias nas eleições 2018. **Revista de Informação Legislativa: RIL**, Brasília, v. 58, n. 229, p. 57-77, 2021.
- TEMPLE, L. Reckoning with the digital turn in electoral geography. **Progress in Human Geography**, v. 47, n. 4, p. 555-574, 2023.
- TERRON, L.; SOARES, A. D. G. As bases eleitorais de Lula e do PT: do distanciamento ao divórcio. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 15-45, 2010.
- TERRON, S. Geografia Eleitoral em Foco. **Debate**, Belo Horizonte, v. 4, n. 2, p. 08-18, 2012.
- TOMAZETTI, T. P.; BRIGNOL, L. D. A Marcha das Vadias e o fenômeno do feminismo comunicacional: usos sociais do Facebook na construção de políticas de identidade de gênero na sociedade em rede. **Redes.com**, p. 27-56, 2015.
- TSE. **Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019**. Brasil: Tribunal Superior Eleitoral, 2019.
- TSE. Tribunal Superior Eleitoral. TSE, 2022a. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/>>. Acesso em: 05 mar. 2024.
- TSE. **TSE Mulheres**, 2022b. Disponível em: <<https://www.justicaeleitoral.jus.br/tse-mulheres/>>. Acesso em: 23/ 12/ 2022.

- WESTIN, R. Senado Federal. **Senador Abdias Nascimento, uma vida dedicada à luta contra o racismo**, 2021. Disponível em:
<<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/senador-abdias-nascimento-uma-vida-dedicada-a-luta-contra-o-racismo>>. Acesso em: abr. 2024.
- WOLFSFELD, G.; SEGEV, E.; SHEAFER, T. Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First. **The International Journal of Press/Politics**, v. 18, n. 2, 2013.
- YOUNG, I. M. **Representação política, identidade e minorias**. São Paulo: Lua Nova, 2000.
- ZOLNERKEVIC, A. Localismo nas Eleições Proporcionais do Brasil: Efeito Contextual de “Amigos e Vizinhos”. **DADOS**, Rio de Janeiro, v. 68, n. 1, p. 1-40, 2025.

APÊNDICES

Apêndice 1 - Quadros 3 a 23 – postagens de Facebook, Instagram e/ou Twitter/X das candidatas participantes (código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:4c66d695-acbb-4fe7-b97d-e26673909a00>

Apêndice 2 – Roteiro de entrevista semiestruturada (código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:4c66d695-acbb-4fe7-b97d-e26673909a00>

Apêndice 3 – Termo de consentimento livre e esclarecido (código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:a0e2316d-2d07-48b2-b36e-07e8d7160fde>

Apêndice 4 - transcrição da entrevista da participante 7 (Jane Klebia)

(código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:e185252a-4d7c-4ba0-92f7-44f6d6254337>

Apêndice 5 - transcrição de entrevista da participante 6 (Gaby Santos)

(código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:38440c5a-8e65-47fc-9c05-05069e30a2dd>

Apêndice 6 - transcrição de entrevista da participante 10 (Rosinha Viveiros)

(código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:4bc7345d-4945-473c-86dd-335766b71709>

Apêndice 7 - transcrição de entrevista da participante 3 (Missionária Cristiane)

(código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:d8842ae1-13e3-495f-82c5-c004ccfe26dd>

Apêndice 8 – Transcrição do survey (aplicado via software SurveyMonkey)

(código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:87c5e255-6e9e-4c90-b6f2-84bae0acb065>

Apêndice 9 - Quadro 26 – Exemplo de citações das entrevistas por tema

(código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:d9956e24-4850-436a-9359-67aef6c45f2>

Apêndice 10 – Gráficos 3 a 17 e tabela 8 - descrição integral do *survey*
(código QR e link para acesso)



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:US:f4483d5c-c0b4-4de3-a47a-3b97d780b6a1>

Apêndice 11 – Regressão logística binária aplicada aos dados de *survey*



<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:us:47476611-159f-4a3d-a7e9-a1e495731c74>