

MINORIA SIM, MAS POLÍTICO PROFISSIONAL TAMBÉM: PERFIL E PRESENÇA DOS DEPUTADOS FEDERAIS BRASILEIROS AUTODECLARADOS PRETOS NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS DA 56ª LEGISLATURA (2019-2023)

Djiovanni Jonas França Marioto¹

Rafael Cardoso Sampaio²

Resumo

Os negros – a soma de pretos e pardos – representam a maioria na população brasileira, porém, historicamente, são sub-representados na Câmara dos Deputados. Nesse sentido, o objetivo do trabalho é entender a presença digital dos vinte e um deputados federais autodeclarados pretos na 56ª legislatura (2019-2023) da Câmara dos Deputados brasileira e como ela pode estar relacionada às variáveis sociopolíticas. Coletou-se informações sobre o perfil dessa elite do repositório de dados eleitorais do TSE, assim como a presença no Facebook, Twitter, Instagram e YouTube desses parlamentares, para construir um índice de presença digital. Os dados quantitativos foram analisados pela técnica de análise de conteúdo. O perfil dessa elite é majoritariamente masculino, com alto grau de escolaridade, mais velho e de políticos profissionais, e o indicador da presença digital dos deputados pretos é de 84%, demonstrando que existe um cuidado em estar presente dentro das redes sociais digitais.

Palavras-chave: Internet & Política; Representação política; Raça e política; Redes sociais digitais.

Abstract

Blacks – the sum of pretos and pardos – represent the majority in the Brazilian population, however, historically, they are underrepresented in the Chamber of Deputies. In this sense, the objective of the work is to understand the digital presence of the twenty-one self-declared black federal deputies in the 56th legislature (2019-2023) of the Brazilian Chamber of Deputies and how it can be related to sociopolitical variables. Information on the profile of this elite was collected from the TSE's electoral data repository, as well as the presence on Facebook, Twitter, Instagram and YouTube of these parliamentarians, to build a digital presence index. Quantitative data were analyzed using the content analysis technique. The profile of this elite is mostly male, with a high level of education, older and professional politicians, and the indicator of the digital presence of black deputies is 84%, demonstrating that there is a care in being present within digital social networks.

Keywords: Internet & Politics; Political representation; Race and politics; Digital social networks.

Resumen

Los negros, la suma de pretos y pardos, representan la mayoría de la población brasileña, sin embargo, históricamente, están subrepresentados en la Cámara de Diputados. En ese sentido, el objetivo del trabajo es comprender la presencia digital de los veintiún diputados federales negros autoproclamados en la 56ª legislatura (2019-2023) de la Cámara de Diputados de Brasil y cómo puede relacionarse con variables sociopolíticas. Del repositorio de datos electorales del TSE se recopiló información sobre el perfil de esta élite, así como la presencia en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube de estos parlamentarios, para construir un índice de presencia digital. Los datos cuantitativos se analizaron mediante la técnica de análisis de contenido. El perfil de esta élite es mayoritariamente masculino, con un alto nivel educativo,

¹ Doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Ciência Política e Bacharel em Ciências Sociais (UFPR). E-mail: djiovannimarioto@gmail.com.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: cardososampaio@gmail.com.

políticos maiores y profesionales, y el indicador de presencia digital de los diputados negros es del 84%, lo que demuestra que existe un cuidado en estar presente dentro de las redes sociales digitales.

Palabras-clave: Internet y política; Representación política; Raza y política; Redes sociales digitales.

1. INTRODUÇÃO

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) do IBGE (2019), dos 209,2 milhões de habitantes do Brasil, 19,2 milhões se assumem como pretos, enquanto 89,7 milhões se declaram pardos. Logo, os negros – soma de pretos e pardos – são a maioria na população brasileira³. Todavia, historicamente, é notória a dificuldade de acesso de negros à Câmara Baixa, demonstrando um déficit da representação do sistema político brasileiro, além do baixo número em si de deputados negros. O recorte desta pesquisa desassocia a variável negro, pois, como estabelecido na literatura sobre declaração racial, a consolidação da variável negro – quando se fala de pretos ou pardos – está relacionada a esses indivíduos estarem mais próximos entre si, quando comparados aos brancos (MIRANDA, 2010). Entretanto, os negros ainda possuem características diferentes internamente, e desagregar esse indicador resultaria em uma maior precisão e detalhamento da análise (PAIXÃO, CARVANO, 2008).

Diante da importância de estudar a representação parlamentar, em conjunto com a mudança contemporânea no contexto comunicacional e tecnológico, as plataformas de redes sociais têm possibilitado, aos diferentes indivíduos, estabelecerem relações e se comunicarem com inúmeros atores a partir da expressão de suas emoções, demonstrando suas vontades, mobilizando e engajando públicos (BOSSETTA, 2018; WATERLOO et al., 2017). Uma maior ecologia midiática permite aos atores políticos encontrar diferentes possibilidades de engajamento dos eleitores, sendo, simultaneamente, uma oportunidade para atores e partidos políticos conquistarem votos em períodos eleitorais, ou manterem uma comunicação política permanente a partir de estratégias de aproximação, humanização e persuasão nos ambientes digitais com o incentivo a circulação de informações, produção, expansão e compartilhamento de conteúdo (BRAGA, CARLOMAGNO, 2018; SAMPAIO et al., 2020; TURNBULL-DUGARTE, 2019).

Tendo tais recursos comunicacionais e tal contexto em questão, importa denotar que a autodeclaração racial dos candidatos políticos foi implantada em 2014, passando a valer pela

³ AFONSO, Nathália. Dia da Consciência Negra: números expõem desigualdade racial no Brasil. LUPA, 2019. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/11/20/consciencia-negra-numeros-brasil/>. Acesso em: 30 ago. 2021.

primeira vez nas eleições para deputado federal no ano de 2018. Desse modo, seria importante entender se essa variável se torna significativa nos estudos de carreira política, entrada na política e candidaturas digitais, a qual é o cerne deste trabalho. Conforme a literatura, a presença dos deputados advindos de minorias políticas pode trazer o agendamento e a discussão de determinadas pautas frequentemente segregadas, ligadas a essa população, em conjunto com um processo diferente de representação e interação com seus eleitores a partir de sua comunicação, em especial, nas redes sociais digitais (ALMEIDA, 2017; LESTON-BANDEIRA, 2007).

O objetivo do trabalho é entender a presença digital dos vinte e um deputados federais autodeclarados pretos na 56ª legislatura (2019-2023) da Câmara dos Deputados brasileira e como ela pode estar relacionada às variáveis sociopolíticas. Optou-se por estudar apenas os pretos, pois possuem características diferentes internamente. Notadamente, foi seguida a premissa de que o “racismo à brasileira” opera por gradações da tonalidade da cor da pele, portanto, desagregar o indicador “negro” resultaria em uma maior precisão e detalhamento da análise (Cf. PAIXÃO, CARVANO, 2008).

Particularmente, interessa relacionar perfil racial (preto) e político com a presença digital dessa elite parlamentar. Para isso, o banco de dados é composto por vinte e um deputados federais eleitos em 2018 e autodeclarados pretos, enquanto as outras variáveis que compõem o banco estão divididas em duas frentes: I) informações/carreira do candidato; II) presença online. A primeira parte é composta pelos dados disponibilizados a partir do banco de dados do TSE (2019). Já a segunda foi coletada a partir das páginas oficiais dos políticos dentro das redes sociais digitais: Facebook, Instagram, YouTube e Twitter, escolhidas por serem as mais utilizadas no país (CETIC, 2020).

O presente artigo está organizado em cinco seções para além desta introdução. A segunda se inicia com uma breve revisão de bibliografias sobre raça, recrutamento e representação política, trazendo a conexão do legislativo com estas variáveis. A terceira seção apresenta uma revisão sobre o uso de redes sociais digitais por políticos em conjunto com a presença digital deles. A quarta, a seção metodológica que apresenta o livro de códigos e o corpus empírico dos 21 deputados estudados. A quinta seção apresenta os resultados em termos não apenas das características sociopolíticas e de carreira dos deputados pretos, mas também de suas presenças digitais, destacando a criação do índice e grau de diversificação da presença digital dos parlamentares. A sexta e última seção apresenta a discussão dos resultados e as conclusões,

explorando o relacionamento das variáveis sociopolíticas com o grau de diversificação e a presença nas mídias sociais dos deputados federais autodeclarados pretos.

2. RAÇA, RECRUTAMENTO E REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Como apresentado por JOHNSON III (2000), os negros eram sub-representados dentro do congresso nacional entre 1983 e 1999, uma vez que apenas 11 estados da federação possuíam representantes negros, sendo o Rio de Janeiro (7) o estado que com mais parlamentares negros, seguido da Bahia (4). Dentro do âmbito partidário, o Partido dos Trabalhadores (PT) teve destaque, possuindo a maior quantidade de representantes desse grupo, 12 dos 29 parlamentares. O autor demonstrou que o problema dessa representação não estava na demanda de candidatos, mas nos possíveis entraves na entrada de deputados negros, que poderiam estar na falta de incentivos financeiros, determinantes para a realização de campanhas políticas eficientes.

A introdução da variável raça dentro da representação e do recrutamento de parlamentares no legislativo ocorreram em meados de 2010, iniciando com os recursos de campanha aliados à representação racial (BUENO, DUNNING, 2017). Nos próximos anos, Campos e Machado (2015) analisaram as eleições do legislativo municipal de São Paulo e Rio de Janeiro de 2012. Buscando entender os motivos que levaram à não representação dos negros, os autores demonstraram que pretos e pardos já estavam sub-representados na lista de candidaturas.

Por sua vez, Campos e Machado (2017) apresentaram uma tentativa de entender os fatores que excluem essa população da representação política. Para tanto, utilizaram quatro categorias relacionadas com a variável raça (declarada pelos candidatos à câmara federal dos deputados no ano de 2014), nomeadamente: 1) oferta de candidatura; 2) perfil social; 3) recursos de campanha; e 4) acesso a partidos competitivos.

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

A segunda categoria (perfil social) organiza os candidatos em relação às profissões que eles desempenham, formando quatro classes: 1) classe baixa, composta por profissões como trabalhadores rurais e manuais; 2) classe média, composta por comerciantes, técnicos, entre

outros; 3) classe alta, composta por candidatos que já possuem ensino superior; e 4) classe muito alta, composta por políticos de carreira, grandes empresários e outros.

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

Ao observar o efeito da raça sobre a quantidade de votos recebidos pelos candidatos, os autores encontraram que pretos e pardos recebem 23% menos votos que seus pares brancos. Por sua vez, ao analisar a classe em que os candidatos se encontram, Campos e Machado (2017) notaram que, quanto mais alta a classe, maior a chance de um candidato se eleger, independentemente da raça. Ao verificarem a presença de pretos e pardos dentro das classes que possuem a maior taxa de sucesso eleitoral, perceberam que ela é inversamente proporcional à anterior, ou seja, quanto mais alta a classe, menor a presença de pretos e pardos. Já dentro do acesso aos recursos de campanha, a pesquisa evidenciou que a diferença do percentual de receita entre os brancos e não brancos está presente em praticamente todas as classes, demonstrando que as candidaturas não brancas possuem, em média, 8,9% menos recursos na comparação (CAMPOS, MACHADO, 2017).

Doravante a esses dados, percebe-se que a exclusão histórica, em conjunto com a falta de acesso a recursos tanto sociais quanto financeiros, pode estar relacionada ao processo de não representação e recrutamento dos negros na política. Portanto, a análise dos fatores que contribuem para a exclusão e a sub-representação negra na política deve ser estudada ao mesmo tempo em que se deve entender como os atores políticos pretos conduzem seus mandatos tantos no âmbito off-line quanto no on-line.

3. PRESENÇA DOS DEPUTADOS ONLINE

Como apresentado por Penteadó (2011), as plataformas digitais podem contribuir para gerenciar a imagem tanto no momento de campanha quanto durante o governo de políticos profissionais, ao passo que também constituem um canal de comunicação direta com a população, distanciando-se, usualmente, do intermédio da mídia tradicional e de seu enquadramento. Nesse sentido, Penteadó posicionou os websites como o principal fórum de

comunicação virtual e repositório de informações oficiais, enquanto as mídias sociais teriam uma pluralidade de participação e engajamento político dos eleitores. Entretanto, para promover o engajamento e a participação, não basta a disponibilização de informações dentro de seus perfis oficiais, é preciso um acompanhamento contínuo, analisando e interagindo com as críticas e demandas dos cidadãos (BERNARDES, LESTON-BANDEIRA, 2016). É possível, inclusive, denotar que as redes sociais tiveram um papel importante e decisivo na política contemporânea:

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

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

Por sua vez, o Twitter começou a ser visto como uma alternativa dentro da política a partir de 2008, na campanha eleitoral dos Estados Unidos, quando fez parte das estratégias do candidato Barack Obama na internet (GOMES et al., 2009). A partir disso, muitos políticos começaram a prestar mais atenção não só nessa rede, mas também nas outras em conjunto. Desse modo, além de ser uma das redes mais conhecidas entre os cidadãos, torna-se um recurso valioso para os políticos tanto nas campanhas eleitorais como na comunicação política cotidiana (AMARAL, PINHO, 2018; BRAGA, CRUZ, 2012). Outro fator que contribui para a expansão do emprego da plataforma seria a aproximação entre representantes e representados, retirando a necessidade de interlocutores, gerando um processo de *agenda setting* entre os meios digitais e os meios de comunicação de massa a partir da participação política digital, podendo indicar de forma indireta e restrita a influência das mídias sociais sobre a formação da opinião pública (AGGIO, 2015; AMARAL, PINHO, 2018).

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

A utilização do Instagram se deu para a construção e manutenção da imagem do político em conjunto com uma aproximação dos eleitores a partir do compartilhamento da vida privada e não só do profissional (SAMPAIO et al., 2020). O uso da plataforma, nesse contexto, vem sendo pesquisado ao longo dos últimos anos, em conjunto com a sua forma e efeitos, sejam elas na construção de narrativas e imagens, emoções, construção de engajamento, participação, aproximação entre eleitores e representantes, storytelling, entre outros fenômenos (TURNBULL-DUGARTE, 2019; WATERLOO et al., 2017).

Por fim, além de a internet e as redes sociais trazerem potencialidades e novas maneiras de se comunicar, Braga e Carlomagno, ao fazerem um estudo longitudinal para compreender a importância da internet nas eleições, constataram uma “associação positiva entre a presença on-line dos candidatos e percentuais de votação, o que pode ser considerado um indicador indireto do potencial produtivo da internet no tocante aos resultados eleitorais” (2018, p. 39). Isso evidencia que a sua contínua atualização durante o mandato pode auxiliar na governabilidade a partir de uma manutenção ou mudança da imagem construída aliada a um cálculo estratégico (POZOBON, RIBEIRO, 2019).

Para além da presença dos deputados federais, é preciso pensar e observar a estrutura de assessoria que os cerca dentro do gabinete, pois esta organização influencia na comunicação e na gestão de mídias sociais; como exposto por Carlomagno e Braga (2019), existe um padrão consistente na organização dos gabinetes, em uma escala em que a assessoria de comunicação está em ambiente rígido e controlado até uma relação mais próxima entre os entes, trazendo uma maior autonomia para os assessores. Os autores também demonstraram uma profissionalização do campo das assessorias de comunicação em mídias digitais, em conjunto com uma presença massiva dentro dos gabinetes, comprovando, dessa forma, a existência de um novo conjunto de agentes que influenciam na presença destes deputados no ambiente digital. Esses fatores, junto a

outros supracitados, podem fazer com que os políticos continuem usando e atualizando suas redes continuamente para uma comunicação e representação política.

4. MÉTODO

O banco de dados é composto por 21 deputados federais eleitos no ano de 2018 que se autodeclararam pretos em seus registros de candidatura dentro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Para realizar a análise dos dados, foi escolhida a técnica de pesquisa da análise de conteúdo quantitativa (NEUENDORF, 2002; SAMPAIO, LYCARIÃO, 2021). A análise de conteúdo pode ser considerada a técnica mais científica (válida, confiável e replicável) para a análise de dados de caráter mais qualitativo, como textos e conteúdos diversos, a exemplo das redes em questão. A partir do recorte do objeto, foi estabelecido um livro de códigos de 16 categorias (variáveis) para coletar as informações que serão analisadas. Essas categorias se dividem em duas partes. A primeira é composta por variáveis que constroem o perfil do deputado: 1) reeleição (apenas do cargo de deputado federal); 2) sigla do partido; 3) ideologia do partido filiado; 4) nome do deputado; 5) ocupação profissional; 6) sexo; 7) grau de instrução; 8) região. Na segunda, foram reunidas as variáveis que pretendem mensurar a presença desses políticos on-line, observando as principais redes sociais digitais, Website, Wikipédia e a disponibilização de WhatsApp ou Telegram, sendo elas binárias, medindo ausência e presença.

Os dados foram constituídos de duas maneiras distintas. Primeiro, pela consulta e coleta do perfil dos deputados do repositório de dados do TSE. Em seguida, foram construídas as variáveis de presença digital a partir dos dados primários dos deputados, ou seja, buscou-se o nome dos deputados em cada rede social digital e o banco de dados foi preenchido de acordo com os dados encontrados.

Por fim, pelo caráter exploratório deste trabalho, foram realizadas análises descritivas dos dados e cruzamentos entre as variáveis de perfil sociopolítico e o índice de presença digital, buscando verificar uma comparação entre o perfil político com a sua presença no ambiente digital.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A assembleia legislativa brasileira possui 513 cadeiras, compostas na eleição de 2018 por deputados autodeclarados brancos em sua maioria (75%), seguidos pelos pardos (20,27%), pretos

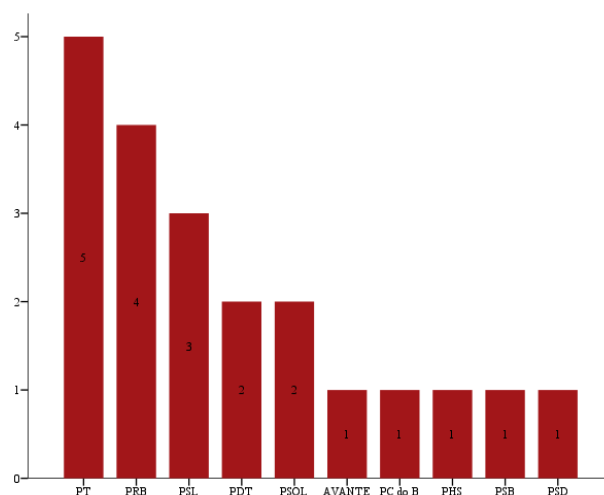
(4,09%), amarelos (0,389%) e apenas um indígena (0,19%). Para o escopo desta pesquisa, filtramos apenas os 21 eleitos autodeclarados pretos (TSE, 2019)⁴.

Embora São Paulo seja o estado com o maior número de cadeiras (70), seguido por Minas Gerais (53), os estados que mais tiveram representantes pretos foram Rio de Janeiro, com seis deputados, seguido pela Bahia, com cinco, enquanto Minas Gerais e São Paulo tiveram apenas dois parlamentares cada, ao passo que Ceará, Maranhão, Pernambuco, Paraíba, Rondônia e Santa Catarina tiveram um parlamentar eleito cada. Das 27 federações brasileiras, apenas 10 tiveram representantes pretos, permanecendo 17 não representadas. Consolidando esses dados por região, a elite preta legislativa está dividida entre o Sudeste e o Nordeste, possuindo dez e nove deputados, respectivamente. Enquanto isso, a região Norte e Sul teve apenas um eleito cada, e a Centro-oeste não possui nenhum deputado preto.

Dentro do âmbito partidário, o Partido dos trabalhadores (PT) se destacou com cinco representantes, seguido pelo Republicanos (PRB), com quatro deputados. O crescente número dos deputados do Partido Social Liberal (PSL) na eleição de 2018 também esteve presente entre os pretos, com três cadeiras, seguido pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT) e pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), também com três representantes cada. O Avante, Partido Comunista do Brasil (PcdoB), Partido Humanista da Solidariedade (PHS), Partido Socialista Brasileiro (PSB) e o Partido Social Democrático (PSD) tiveram um deputado preto eleito cada. Isto posto, dentro dos 33 partidos regularmente registrados no TSE, apenas 10 possuem representantes pretos eleitos dentro do congresso nacional, o que resulta em uma concentração de 57,1% sobre os primeiros três partidos supracitados.

Figura 1 - Frequência de parlamentares pretos na Câmara dos Deputados por partido político, Brasil, 2018

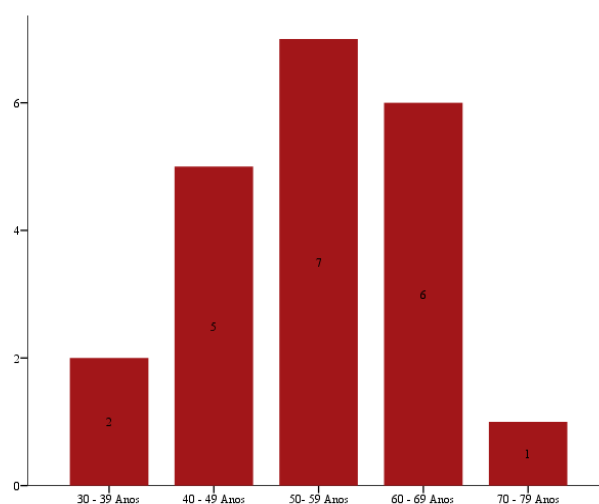
⁴ A tabela com a relação dos deputados estudados pode ser acessada a partir do link: https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vR0tUcGNI3XQervB32qrX4kKZWxKQI8HNY0hMaD9TQxPGVE_k06BV-SJApis4WX9Jwya0cLISQ8wwCb/pubhtml



Fonte: TSE, Autores (2021)

Os deputados pretos possuem um perfil mais velho, conforme representado na Figura 2, são apenas dois os deputados na faixa dos 30 anos, Talíria Petrone (PSOL/RJ) e David Miranda (PSOL/RJ). A concentração dos outros deputados se dá a partir dos 47 anos, estando na faixa de 50-59 anos, seguida pela 60-69 anos, indo até os 76 anos (Benedita da Silva, do PT/RJ). A média de idade é de 53,7 anos e desvio padrão é de 10,5542.

Figura 2 - Frequência de parlamentares pretos na Câmara dos Deputados por sua faixa etária, Brasil, 2018



Fonte: TSE, Autores (2021)

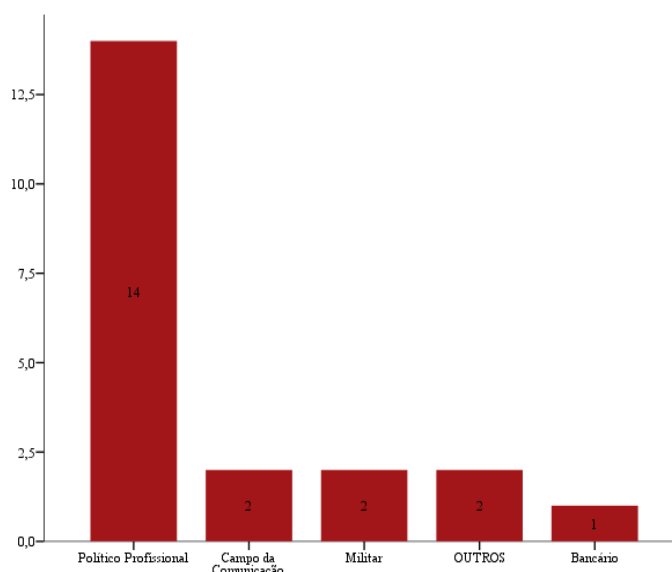
Quando a faixa etária é comparada com os partidos, é possível encontrar o PSOL e o PT em extremos opostos. O primeiro é composto pelos dois deputados mais jovens do congresso, enquanto a faixa etária dos deputados do segundo partido se inicia aos 50-59 anos, sendo ainda o único com uma representante com mais de 70 anos.

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

Apesar de 12 (57,1%) dos parlamentares pretos estarem ocupando uma cadeira na assembleia nacional pela primeira vez, ao comparar a declaração de sua ocupação profissional junto aos registros do TSE⁵, 14 (67%) declararam que ela era voltada a cargos políticos, demonstrando uma carreira política a partir da ocupação de outros cargos e uma familiaridade com conceito de político profissional. Deputado Estadual foi a profissão mais presente entre os parlamentares pretos, tendo 12 deles passado pelas assembleias legislativas em seus respectivos estados e outros dois tendo sido anteriormente vereadores. As outras profissões informadas foram jornalista e redator (2), bancário e economiário (1), membro das forças armadas (1) e militar reformado (1). O perfil profissional dos deputados pretos demonstra que eles possuem carreira política e são, em sua maioria, políticos profissionais, conforme o agregado dessas categorias na Figura 3.

Figura 3 - Ocupação profissional dos Parlamentares pretos na Câmara dos Deputados, Brasil, 2018

⁵ A profissão declarada pelos parlamentares nem sempre condiz com sua efetiva atuação profissional, primeiramente por estarem datadas ao registro destes políticos junto ao TSE no momento da candidatura e também por refletirem o acesso a cursos de ensino superior no Brasil.



Fonte: TSE, Autores (2021)

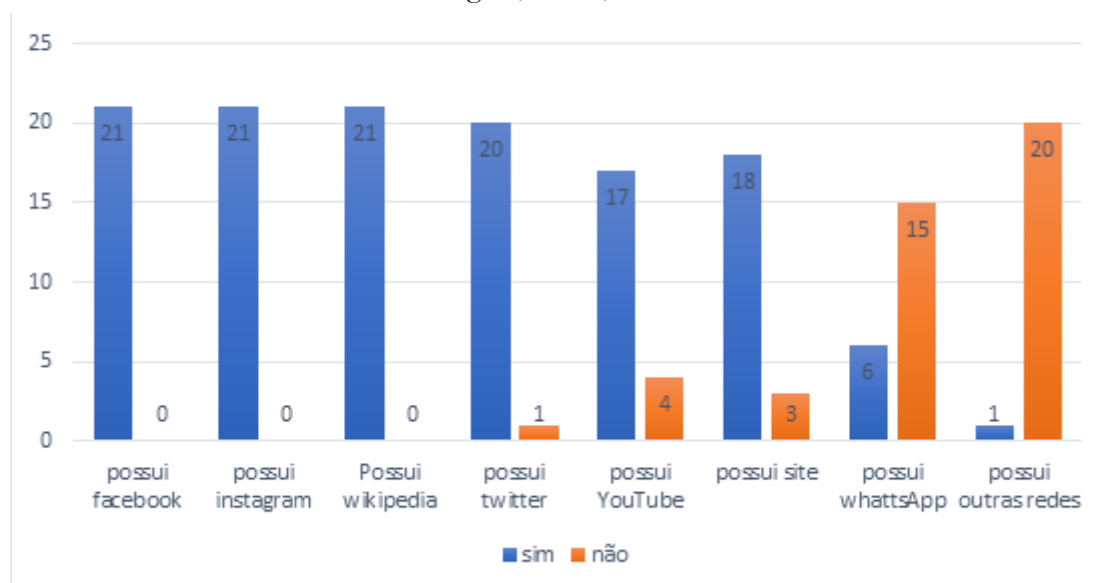
Findada a exposição dos dados primários do perfil sociopolítico dessa elite, é preciso verificar como ela está alocada dentro das redes sociais a partir de sua presença digital e como ela pode estar relacionada com o perfil dessa elite política preta.

5.1. PRESENÇA DIGITAL

Dentro do âmbito digital, 18 (85,7%) deputados continuam mantendo um website. Em sua maioria, o site é um espaço de apresentação, centralização de informações pessoais, e divulgação de seus outros canais de comunicação, como suas mídias sociais. Mesmo a tendência de utilização desse espaço tendo caído nas eleições majoritárias – pela facilidade de acesso e uso das redes sociais (BRAGA, CARLOMAGNO, 2018) –, apenas três políticos pretos não o usam (Dr. Damião do PDT/PB; Hélio Lopes do PSL/RJ; Hélio Costa do PRB/SC).

Partindo para as redes sociais digitais, o Facebook possuiu unanimidade em sua utilização, assim como o Instagram. Twitter e YouTube tiveram uma menor presença, com 20 (95,2%) e 17 (81%), respectivamente, enquanto houve uma baixa disponibilização do WhatsApp por meio dos deputados, já que apenas cinco (24%) deles mantinham esse canal de comunicação. Finalmente, apenas dois (9%) desses possuíam outras redes ativas além das listadas nesta pesquisa, como pode ser visto na Figura 4.

Figura 4 - Frequência de parlamentares pretos na Câmara dos Deputados por sua presença digital, Brasil, 2018



Fonte: Autores (2021)

A partir de tais dados, é possível mensurar o uso dos meios digitais pelos parlamentares. Logo, as categorias foram consolidadas para a formação de um índice de presença on-line, que leva em consideração: possuir uma conta ativa ou página no Facebook, Twitter, Instagram, YouTube; disponibilizar número para o WhatsApp ou mensageiro instantâneo, Wikipédia e site, conforme demonstrado na Tabela 1. Mesmo não trazendo todas as variáveis numéricas, como seguidores e publicações em cada uma das redes sociais, trata-se de uma maneira de visualizar e de mensurar o quão inseridos digitalmente estão estes parlamentares. Após esse processo, para verificar o índice geral de presença dessa elite, foi feita a média dos índices individuais. Dessa forma, quanto mais próximo o resultado de um (1), maior será a presença digital do político.

Tabela 1 - Grau de diversificação da presença digital dos deputados federais pretos, Brasil, 2018⁶

⁶ A tabela pode ser acessada a partir do link:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vQrcigVHaWgy3qyQd5J4lhYQB6qzBEtgzpiRvcVNxqFEhUk_g9ONt0JZHkSun3qcQ/pubhtml

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

Fonte: Autores (2021)

O indicador consolidado da presença dos deputados on-line a partir da média da presença dos deputados pretos na esfera digital é de 84,3%, variando desde 57,1% (Dr. Damião do PTB/PB) até cinco deputados com presença em todas as redes analisadas (Bira do Pindaré, do PSB, Leonardo Monteiro, do PT, Marcio Marinho, do PRB, Valmir Assunção, do PT, Rosangela Gomes, do PRB e o Vicentinho, do PT).

A partir do índice de presença digital consolidado, foi construído o grau de diversificação da presença desses deputados, separando-os em três categorias: alto, médio e baixo. O primeiro consiste nos deputados que, além de estarem presentes em todas as redes sociais digitais observadas, disponibilizam uma plataforma de mensagem direta, como o WhatsApp e Telegram, sendo divulgada em suas páginas oficiais. O segundo grupo também está presente em todas as plataformas, entretanto, não possui a mesma preocupação em disponibilizar canais de comunicação rápida e direta como as plataformas de comunicação direta. Já o terceiro, além de não disponibilizar contado direto pelos mensageiros, não está presente em todas as redes sociais digitais analisadas.

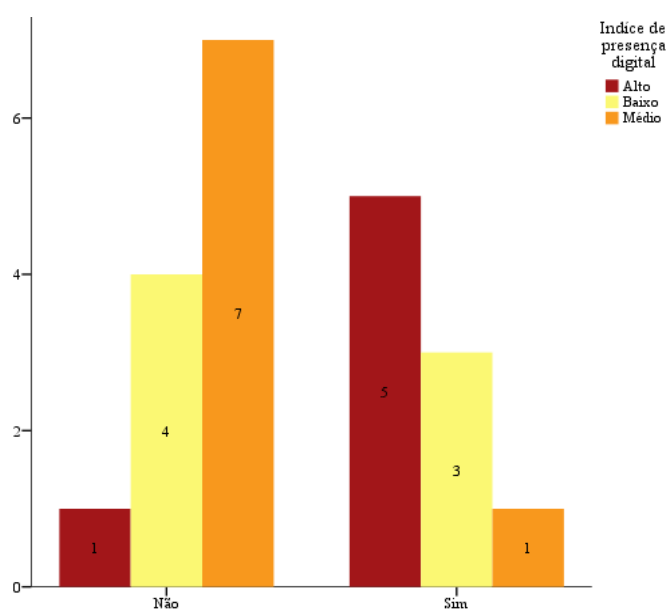
5.2. O PERFIL SOCIOPOLÍTICO E O GRAU DE DIVERSIFICAÇÃO DA ELITE POLÍTICA PRETA

Visando a responder o objetivo da pesquisa, foram feitos cruzamentos entre as variáveis que compõem o perfil sociopolítico e a presença digital consolidada no índice de diversificação

construído na seção anterior. Por se tratar de um N baixo, este trabalho se limitou à comparação nominal, enquanto estatísticas inferenciais serão abordadas em estudos futuros.

Quando cruzado com a variável que simboliza a renovação dentro do legislativo – se os deputados estão em seu primeiro mandato na Câmara dos Deputados ou não –, ficou claro que os sujeitos que possuem os índices de diversificação mais alta das suas presenças digitais foram reeleitos na 56ª legislatura, enquanto os políticos que estão no espectro médio e baixo estão em seu primeiro mandato, como pode ser visto na Figura 5.

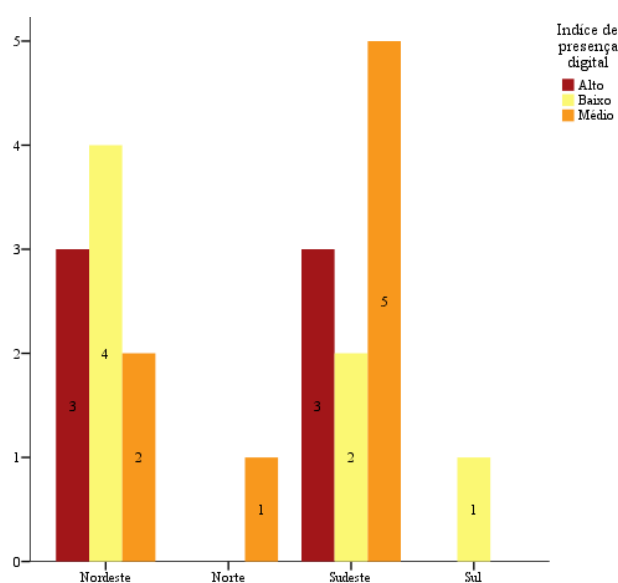
Figura 5 - Frequência da diversificação da presença digital dos parlamentares pretos na Câmara dos Deputados por sua reeleição, Brasil, 2018.



Fonte: Autores (2021)

Dentro da distribuição regional do Brasil, como foi apresentado antes, os parlamentares pretos em sua maioria são provenientes do Nordeste e do Sudeste, entretanto nota-se uma diferença quando relacionados com a presença digital desses deputados. Apesar de as duas regiões apresentarem o mesmo número de deputados com alto índice de presença digital, a região nordeste tem predominância de sujeitos dentro da baixa distribuição da presença digital, enquanto a região sudeste concentra os casos de perfis medianos. Apesar de o N ser baixo para conclusões assertivas, poderia ser um primeiro indicativo acerca das desigualdades digitais regionais.

Figura 6 - Frequência da diversificação da presença digital dos parlamentares pretos na Câmara dos Deputados por sua região, Brasil, 2018.



Fonte: Autores (2021)

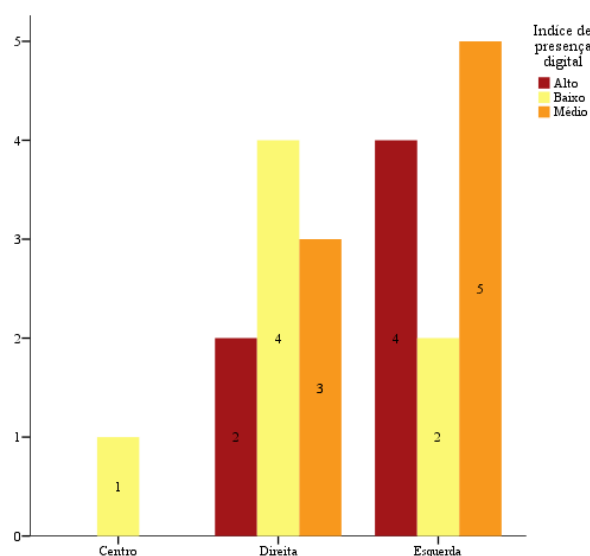
Ao observar a ocupação profissional dos deputados, notou-se que os políticos profissionais possuem a maior presença digital a partir do índice estabelecido, os quais, em sua maioria (5), descreviam sua ocupação profissional como Deputado. Da mesma maneira, os deputados com índice de presença digital alto e médio, em sua maioria, possuíam ensino superior completo (5 e 6, respectivamente). Não obstante, o único representante que declarou ter ensino fundamental completo, o deputado Valmir Assunção (PT/BA), possui um alto índice de presença dentro das plataformas digitais.

A distribuição do índice de presença digital pela idade dessa elite política preta seguiu conforme o crescimento da idade e concentra os maiores índices na faixa de 50-69 anos (três). Em consonância a isso, a faixa de 50-59 anos também possui o maior número de deputados com um baixo índice de presença digital (três). Passando para o sexo, das quatro deputas pretas, uma possui um alto índice, a Rosangela Gomes (PRB/RJ), enquanto as outras três estão alocadas no índice médio. Portanto, apenas os homens possuem um baixo índice de presença digital (sete deputados estão alocados nesta classificação).

Por fim, os partidos políticos dos deputados foram agrupados conforme o grande eixo ideológico esquerda-centro-direita (TAROUCO, MADEIRA, 2013; CODATO, BERLATTO,

BOLOGNESI, 2018) e comparados com a presença digital, resultando na Figura 7. Assim, 11 dos 21 deputados estão alocados em partidos classificados ideologicamente como de esquerda, dentre eles, a maioria apresenta índices médio e alto de presença digital. Enquanto isso, dentre os nove deputados de partidos de direita, a maioria exibe um baixo e médio índice de presença digital.

Figura 7 - Frequência da diversificação da presença digital dos parlamentares pretos na Câmara dos Deputados pelo eixo ideológico dos partidos, Brasil, 2018.



Fonte: Autores (2021)

Nesse sentido, os achados corroboram estudos anteriores, demonstrando que os deputados pretos podem ser considerados, em sua maioria, políticos profissionais conectados, pois estão presentes dentro das plataformas digitais estudadas. Tais resultados podem advir do fato de que grupos marginalizados têm um maior incentivo a procurarem alternativas comunicacionais, pois seus interesses são frequentemente afastados da agenda política, precisando buscar alternativas para chamar a atenção para essas pautas. Logo, lançando mão de ferramentas, como as proporcionadas pelas plataformas digitais, esses políticos buscam ressaltar a importância de suas agendas e questões minoritárias, permitindo que compitam com uma maior eficácia na agenda legislativa (GERVAIS; WILSON, 2017; ELLIS, WILSON, 2013). A tendência já demonstrada nos estudos anteriores se repete por aqui, sendo o Facebook a plataforma

predominante entre os deputados federais pretos, em conjunto com a redução da presença e divulgação de websites (BRAGA, CARLOMAGNO, 2018; MASSUCHIN, TAVARES, 2017).

O gênero merece destaque nessa comparação, pois todas as deputadas estavam presentes em todas as redes sociais digitais estudadas, atingindo os mais altos índices, ou seja, para além da raça, a desigualdade de gênero também tem efeitos sobre a presença no ambiente digital, pela redução dos custos operacionais e técnicos da comunicação (BRAGA, CARLOMAGNO, 2018; O'CONNELL, 2018).

Para além dos fatores digitais, mostra-se vital observar as variáveis políticas, afinal, percebeu-se que os seis deputados que, além de estarem presentes em todas as redes sociais digitais, disponibilizavam canais de comunicação direta com a população eram de partidos com a ideologia situada dentro da esquerda e foram reeleitos para o cargo de deputado federal. No outro extremo, porém ainda reforçando a importância das comparações dos dois âmbitos, notamos que os deputados que possuíam os mais baixos índices de presença digital compartilhavam características sociopolíticas, como o fato de serem homens, de partidos da direita e provenientes de estados da região nordeste do Brasil.

6. CONCLUSÃO

Ao longo do artigo, argumentou-se que a raça e a presença no ambiente digital importam não só para as campanhas políticas, mas também para todo o processo governamental. Este estudo evidenciou que variáveis societais e digitais podem interferir na política para além de fatores institucionais, a partir do cruzamento do perfil sociopolítico dos deputados federais pretos com a sua presença nas redes sociais digitais, visualizando essas diferenças em relação ao grau de diversificação da sua presença digital.

Depois da exposição dos dados de perfil e de presença on-line dos deputados federais pretos, é possível perceber que algumas características se tornam predominantes entre eles, nomeadamente o fato de serem, em sua maioria, homens (uma baixa presença de mulheres pretas dentro do legislativo federal), idade a partir dos 50 anos, com um alto índice de instrução (superior completo), tendo em sua atuação profissional cargos políticos, advindos de uma carreira política, sendo provenientes dos estados do Rio de Janeiro e da Bahia e atuando por partidos de esquerda, notadamente, pelo Partido dos Trabalhadores.

Com as informações pessoais dessa elite política, foi possível traçar um perfil a partir das características comuns que unem os deputados federais autodeclarados pretos da 56ª legislatura. O perfil encontrado se assemelha muito com o traçado entre 1983 e 1999 por Johnson III (2000), demonstrando uma dificuldade do sistema político brasileiro de absorver determinadas camadas da população, que ainda acabam assumindo aspectos minoritários (por mais que representem demograficamente a maioria da população). Ademais, o perfil dos deputados dos grupos supostamente minoritários acaba se assemelha muito ao perfil majoritário dos não negros dentro da assembleia legislativa, estando bem distante da feição de grande parte da população brasileira (HORTA, DUFLOT, FREITAS, 2016).

Essa elite também está preocupada com a presença nas plataformas digitais, com 14 dos 21 deputados possuindo um alto e médio índice de presença digital e seis deles possuindo contas ou páginas em todas as plataformas que foram escolhidas para a análise. Muitas razões podem explicar tal achado, mas provavelmente a mais razoável estaria na maior profissionalização das assessorias de comunicação dos deputados federais (BRAGA, CARLOMAGNO, 2019). Talvez a estrutura já seja tão elevada que tende a relativamente nivelar por cima todos os deputados federais, diminuindo um pouco a importância de outros dados sociopolíticos para explicar a presença digital em si. Provavelmente, os deputados federais já compreendem essas plataformas digitais como partes inerentes de seus mandatos e sabem como é necessário não só estar presente dentro das redes sociais digitais, mas também manter uma interação contínua e crítica, avaliando o feedback de seus seguidores e usuários das plataformas digitais (BERNARDES, LESTON-BANDEIRA, 2016) e como já se sabe da importância de tais meios para os resultados eleitorais (BRAGA, CARLOMAGNO, 2018), é bem provável que isso esteja normalizando a presença dos políticos em tais ambientes online.

Consonante a isso, a importância das redes sociais digitais está na construção de uma comunicação não inteiramente mediada pelas mídias tradicionais, tornando-as mais diretas e potencialmente mais plurais (PENTEADO, 2011). Desse modo, a presença contínua nessas redes on-line pode ajudar na construção da governabilidade apoiada na consolidação ou mudança da sua imagem, permitindo trazer uma maior visibilidade destes políticos a partir de uma comunicação direta entre eles e seus representados.

Embora as eleições de 2018 no Brasil tenham consolidado as plataformas de mensagens instantâneas, como é o caso do WhatsApp, em um canal estratégico para o marketing eleitoral e

um importante espaço que ampliava as discussões políticas (BATISTA et al., 2019), apenas seis dos 21 deputados pretos disponibilizavam essa forma de comunicação em seus repositórios informacionais. Portanto, grande parte dessa elite estava preocupada com a presença digital, mas ainda não havia aderido este canal de comunicação direta dentro de seu mandato.

Por se tratar de um trabalho exploratório, e sem inferências causais, não é possível comprovar estatisticamente a força e as implicações do índice de presença digital sobre o perfil sócio-político, reservando a estudos futuros uma incorporação dos deputados federais pardos, com objetivo de compará-los e mesmo de fazer um grupo de controle de deputados brancos para permitir uma comparação mais robusta, também faz-se necessário observar a estrutura de gabinete e seus assessores de comunicação e mídias sociais em estudos futuros, por serem elementos chave, na construção da presença destes atores nas redes sociais digitais (CARLOMAGNO, BRAGA, 2019). Por fim, este artigo demonstra não só a importância de se aliar variáveis da comunicação em ambientes digitais dentro dos estudos de elite política como também lança luz sobre os pretos desagregando a categoria negro e abordando uma das facetas dessa minoria política, em conjunto a estes dados, metodologicamente, o artigo avança na construção de um grau de diversificação da presença digital de parlamentares, ao introduzir os mensageiros instantâneos como delimitadores de para uma maior presença on-line.

REFERÊNCIAS

- AGGIO, C. de O. 2015. Campanhas online e twitter: a interação entre campanhas e eleitores nas eleições presidenciais brasileiras de 2010. *Revista FAMECOS*, v. 23, n. 1.
- ALMEIDA, H. D. N. 2017. *Representantes, representados e mídias sociais. Mapeando o mecanismo de agendamento informacional*. Belo Horizonte. Tese de Doutorado (Programa de Pós-graduação em Ciência Política). Universidade Federal de Minas Gerais.
- AMARAL, M. S., PINHO, J. A. G. D. 2018. Eleições Parlamentares no Brasil: O Uso do Twitter na Busca por Votos. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 22, n. 4, p. 466-486.
- ANITA BAPTISTA, E., ROSSINI, P., VEIGA DE OLIVEIRA, V., STROMER-GALLEY, J. 2019. A circulação da (des) informação política no WhatsApp e no Facebook. *Lumina*, v. 13, n. 3, p. 29-46.
- ARAÚJO, R. F., TRAVIESO-RODRÍGUEZ, C., SANTOS, S. R. D. O. 2017. Comunicação e participação política no Facebook: análise dos comentários em páginas de parlamentares brasileiros. *Informação & Sociedade: estudos*, v. 27, n. 2, p. 279-290.

MARIOTO, D. J. F., SAMPAIO, R. C. *Minoria sim, mas político profissional também: perfil e presença dos deputados federais brasileiros autodeclarados pretos nas redes sociais digitais da 56ª legislatura (2019-2023)*. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/recp.v13i1.83105>

BERNARDES, C. B., LESTON-BANDEIRA, C. 2016. Information vs Engagement in parliamentary websites—a case study of Brazil and the UK. *Revista de Sociologia e Política*, v. 24, n. 59, p. 91-107.

BOSSETTA, M. 2018. The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US election. *Journalism & mass communication quarterly*, v. 95, n. 2, p. 471-496.

BRAGA, S., CARLOMAGNO, M. 2018. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 26, p. 7-62.

BRAGA, S., CARLOMAGNO, M. 2019. As assessorias de mídias digitais dos parlamentares brasileiros: organização e profissionalização na Câmara dos Deputados. *Teoria & Sociedade*, v. 26, p. 150-178.

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

BUENO, N. S., DUNNING, T. 2017. Race, resources, and representation: evidence from Brazilian politicians. *World Politics*, v. 69, n. 2, p. 327-365.

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

CAMPOS, L. A., MACHADO, C. 2015. A cor dos eleitos: determinantes da sub-representação política dos não brancos no Brasil. *Revista Brasileira de Ciência Política*, p. 121-151.

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

CARLOMAGNO, M. C., BRAGA, S. 2019. As assessorias de mídias digitais dos parlamentares brasileiros: organização e profissionalização na Câmara dos Deputados. *TEORIA & SOCIEDADE (UFMG)*, v. 26, p. 150-178.

CARREIRO, R. 2018. O que há de política no Facebook? Uma análise sobre o perfil dos estudos na área. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 17, n. 33.

CODATO, A., BERLATTO, F., BOLOGNESI, B. 2018. Tipologia dos políticos de direita no Brasil. *Análise Social*, v. 53, n. 229, p. 870-897.

DE OLIVEIRA POZOBO, R., RIBEIRO, A. D. 2019. Lula 2018: estratégias de campanha permanente no Facebook. *Logos*, v. 26, n. 1.

MARIOTO, D. J. F., SAMPAIO, R. C. *Minoria sim, mas político profissional também: perfil e presença dos deputados federais brasileiros autodeclarados pretos nas redes sociais digitais da 56ª legislatura (2019-2023)*. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/recp.v13i1.83105>

ELEITORAL, T. S. 2019. *Repositório de Dados Eleitorais*. 2019. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/repositorio-de-dados-eleitorais-1/repositorio-de-dados-eleitorais>>. Acesso em: fevereiro de 2020.

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

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

GOMES, W., FERNANDES, B., REIS, L., SILVA, T. 2009. " Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia e Política*, v. 17, n. 34, p. 29-43.

HORTA, C. J. G., DUFLOTH, S. C., FREITAS, D. R. R. 2016. Características socioeconômicas da população e de seus representantes eleitos nas assembleias legislativas brasileiras: análise de convergência entre perfis. *Rev. Serv. Público*, v. 67, n. 4, p. 525-554.

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

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

MASSUCHIN, M. G., TAVARES, C. Q. 2015. Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no Facebook. *Compolítica*, v. 5, n. 2, p. 75-112.

MIRANDA, M. 2010. *Classificação de raça, cor e etnia: conceitos, terminologia e métodos utilizados nas ciências da saúde no Brasil, no período de 2000 a 2009*. Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado em Ciências na área de Saúde Pública). Escola Nacional de Saúde Pública.

MONT'ALVERNE, C., MITOZO, I. 2019. Muito além da mamadeira erótica: as notícias compartilhadas nas redes de apoio a presidenciáveis em grupos de WhatsApp, nas eleições brasileiras de 2018. *Anais do 8º Compolítica*, 15.

NEUENDORF, K. A. 2002. *Defining content analysis. Content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (NIC.br). 2021. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: pesquisa TIC Domicílios* (Edição COVID-19 - Metodologia adaptada), ano 2020: Tabelas. Disponível em: <https://cetic.br/pt/arquivos/domicilios/2020/domicilios/#tabelas>

O'CONNELL, D. 2018. # Selfie: Instagram and the United States Congress. *Social Media+ Society*, v. 4, n. 4.

MARIOTO, D. J. F., SAMPAIO, R. C. *Minoria sim, mas político profissional também: perfil e presença dos deputados federais brasileiros autodeclarados pretos nas redes sociais digitais da 56ª legislatura (2019-2023)*. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/recp.v13i1.83105>

PAIXÃO, M., CARVANO, L. 2008. Censo e demografia: a variável cor ou raça no interior dos sistemas censitários brasileiros. In: PINHO, O. A., SANSONE, L. *Raça: novas perspectivas antropológicas*, Salvador: EDUFBA, 2 ed., 25-61.

PENTEADO, C. L. D. C. 2011. Marketing político na era digital: perspectivas e possibilidades. *Revista USP*, n. 90, p. 6-23.

SAMPAIO, R. C., BOZZA, G. A., ALISON, M. B., MARIOTO, D. J. F., BORGES, T. 2020. Instagram E Eleições: Os Stories Dos Presidenciáveis Do Brasil Em 2018. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 19, n. 41, p. 178-204.

SAMPAIO, R. C., LYCARIÃO, D. B. S. 2021. *Análise de Conteúdo Categorical: Manual de Aplicação*. Brasília: ENAP.

TAROUÇO, G. D. S., MADEIRA, R. M. 2013. Partidos, programas e o debate sobre esquerda e direita no Brasil. *Revista de Sociologia e política*, v. 21, n. 45, p. 149-165.

TURNBULL-DUGARTE, S. J. 2019. Selfies, policies, or votes? Political party use of Instagram in the 2015 and 2016 Spanish general elections. *Social media+ society*, v. 5, n. 2.

WATERLOO, S. F., BAUMGARTNER, S. E., PETER, J., VALKENBURG, P. M. 2018. Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New media & society*, v. 20, n. 5, p. 1813-1831.