

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE DIREITO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO

BRUNA SILVA PILATI

**REDES SOCIAIS, FINANCIAMENTO E GÊNERO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS
PARA A CÂMARA DOS DEPUTADOS DE 2022**

BRASÍLIA

2025

BRUNA SILVA PILATI

**REDES SOCIAIS, FINANCIAMENTO E GÊNERO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS
PARA A CÂMARA DOS DEPUTADOS DE 2022**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Direito.

Orientador: Profa. Dra. Fernanda de Carvalho Lage

BRASÍLIA

2025

BRUNA SILVA PILATI

**REDES SOCIAIS, FINANCIAMENTO E GÊNERO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS
PARA A CÂMARA DOS DEPUTADOS DE 2022**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Direito, sob orientação da professora doutora Fernanda de Carvalho Lage.

Fernanda de Carvalho Lage
Universidade de Brasília
Presidenta

Luiz Carlos dos Santos Gonçalves
PUC/SP

Talita Tatiana Dias Rampin
Universidade de Brasília
Membra Interna

Dedico este trabalho a todas as mulheres que ousaram e ousam e ousarão ocupar os espaços que lhes foram negados. Em especial, às que vieram antes de mim e me tornaram quem eu sou, minha mãe, minhas avós e tantas outras cujos passos iluminaram meu caminho nesta jornada e em tantas outras.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, às mulheres da minha vida, cuja força, coragem e amor tornaram possível minha trajetória até aqui.

À minha orientadora, pelo acolhimento, rigor intelectual e pelas valiosas contribuições que enriqueceram este trabalho.

Aos professores e professoras do programa de pós-graduação da Universidade de Brasília, pela escuta generosa e pelos debates que ampliaram meu horizonte acadêmico e político.

Aos movimentos sociais que me forjaram e às mulheres que resistem cotidianamente nas ruas, nas redes e nas instituições.

Por fim, agradeço às pessoas mais importantes da minha vida, Alexandre, Eloisa e Luca. Obrigada por me darem o afeto necessário para prosseguir e me ensinarem a importância da produção da ciência em prol da sociedade, da universidade pública e me escutarem e acompanharem nesse processo. Amo vocês!

RESUMO

Esta dissertação investiga como candidatas e candidatos gastam o recurso de financiamento com a campanha nas redes e a possível existência de relação entre os gastos com redes sociais e as chances de êxito eleitoral de candidaturas à Câmara dos Deputados nas eleições gerais de 2022, com especial atenção às desigualdades de gênero. O Brasil, enquanto Estado Democrático de Direito, como definido na Constituição de 1988, exige a participação efetiva de todos os cidadãos na esfera política. Sendo assim, a pesquisa analisa como o processo eleitoral brasileiro pode ser influenciado por fatores tecnológicos e de financiamento. A metodologia é exploratória, combinada com análise qualitativa e quantitativa de dados extraídos do site do Tribunal Superior Eleitoral (receitas e despesas de campanha) e dados da rede social Facebook (posts e comentários a fim de observar o engajamento dos candidatos). O recorte de análise foram as cinco candidatas e candidatos eleitos mais bem votados e os cinco menos votados e eleitos, dos respectivos partidos. Os resultados revelam que os deputados mais votados foram eleitos com mais votos do que as mulheres mais bem votadas; o Fundo Especial de Financiamento de Campanha foi a principal fonte de receita para a maioria das campanhas analisadas; as mulheres receberam poucos recursos do Fundo Partidário; as mulheres menos votadas receberam menos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha, que as suas companheiras de partido mais bem votadas; os candidatos homens apresentaram maior engajamento médio nas redes sociais, do que as mulheres. A visibilidade digital, portanto, mostra-se como uma arena desigual, em que candidaturas femininas ainda enfrentam dificuldades para converter presença em apoio efetivo, exigindo maior atenção das políticas públicas voltadas à comunicação política e ao fortalecimento da participação feminina na esfera digital. Porém, podem significar um espaço de destaque para candidaturas inovadoras. Com base nessas análises, é urgente fortalecer políticas afirmativas que combinem reserva de assentos, financiamento igualitário, fiscalização contra fraudes em políticas afirmativas, formação digital de candidatas e regulamentação da atuação das plataformas digitais durante os períodos eleitorais, para evitar, dentre outros a violência política de gênero. O avanço democrático no Brasil depende da presença plena e protegida das mulheres na arena política, uma condição indispensável para a legitimidade, a inclusão e a justiça no processo democrático.

Palavras-chave: gênero; financiamento eleitoral; redes sociais; engajamento; eleições; Câmara dos Deputados; Facebook.

ABSTRACT

This dissertation investigates how male and female candidates allocated campaign funds to social media platforms and whether there is a correlation between such expenditures and electoral success in Brazil's 2022 general elections for the Chamber of Deputies, with special attention to gender disparities. As a constitutional democracy, Brazil requires active citizen participation in political life, yet persistent inequalities hinder this ideal. The study adopts an exploratory methodology combining qualitative and quantitative analysis of campaign finance data from the Superior Electoral Court and engagement data from Facebook (including posts and comments). The analysis focused on the five most and five least voted elected candidates from each party. Results reveal that the most voted male candidates received more votes than the most voted female candidates. Public campaign financing (FEFC) was the main funding source, but women received significantly less from party funds. Less voted women also received less FEFC than their more successful female peers. Additionally, male candidates showed higher average social media engagement than female candidates. This indicates a digital visibility gap, where women struggle to convert online presence into effective support. While digital platforms can be an opportunity for innovative campaigns, they also expose structural gender inequalities. The findings underscore the urgency of strengthening affirmative policies—including seat reservations, equal funding, stricter oversight of quota compliance, digital training for female candidates, and regulation of platform behavior during elections—to prevent political gender violence and enhance democratic legitimacy. Women's full and protected participation in politics is essential for democratic inclusion and justice.

Keywords: gender; campaign finance; social media; engagement; elections; Chamber of Deputies; Facebook.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico do total de votos por categoria de candidatura	71
Figura 2 – Gráfico de seguidores médios nas plataformas digitais por grupo	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Candidaturas por gênero em 2022	27
Tabela 2 – Eleições por gênero (2014; 2018; 2022)	28
Tabela 3 – Reeleição por gênero (2014; 2018; 2022)	28
Tabela 4 – Eleição por gênero na Câmara dos Deputados	50
Tabela 5 – Eleição por cor/raça na Câmara dos Deputados	51
Tabela 6 – Dados e seguidores das deputadas mais votadas	63
Tabela 7 – Dados e seguidores dos deputados mais votados	65
Tabela 8 – Dados e seguidores das deputadas menos votadas	67
Tabela 9 – Dados e seguidores dos deputados menos votados	69
Tabela 10 – Receitas dos deputados	73
Tabela 11 – Gastos com impulsionamento	76
Tabela 12 – Engajamento médio no Facebook – 2022	79
Tabela 13 – Engajamento médio no Facebook – 2020	82

SUMÁRIO

Introdução	11
CAPÍTULO 1 - MULHERES NA POLÍTICA: A busca pela representatividade.	18
1.1 A luta das mulheres pelo direito ao voto no Brasil	22
1.2 Eleição Feminina no Brasil	25
1.3 Participação feminina na política: dados atuais	27
1.4 Políticas Afirmativas na Legislação Eleitoral Brasileira e Experiências Internacionais de Cotas de Gênero	31
2. CAPÍTULO 2. A ERA DA CONEXÃO E O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA POLÍTICA	44
2.1 Redes sociais como oportunidade: pluralidade e baixo custo	51
2.2 Redes Sociais como desafios	55
CAPÍTULO 3. ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS DE CANDIDATOS E CANDIDATAS NAS ELEIÇÕES DE 2022	61
3.1 Apresentação dos candidatos selecionados	62
3.2 Análise de recursos e gastos de campanha dos candidatos	72
3.3 Análise dos gastos com impulsionamento por candidato	75
3.4 Análise do engajamento dos candidatos	79
CONCLUSÃO	87
REFERÊNCIAS	95

Introdução

O presente estudo surge da inquietação referente à ausência de mulheres em espaços representativos da política tradicional e do impacto de novas tecnologias no processo eleitoral.

A tecnologia está avançando rapidamente e demonstrando poder de influenciar a maneira como pensamos, agimos e socializamos. Em 2025, ler notícias, fazer compras, comunicar com um parente distante, ler livros e obter informações são atividades realizadas de maneira simples, com um mero clique em um *smartphone* para a maior parte da população mundial. Sendo assim, as influências desse processo têm sido sentidas nas mais variadas esferas, desde as mais complexas como economia e política, até na forma como nos relacionamos com as pessoas ao nosso redor.

A democracia é constantemente impactada pelo uso de redes sociais. Legisladores, juristas, especialistas em políticas públicas, pesquisadores e profissionais de diversos ramos têm se preocupado com a atualização das normas vigentes no processo legislativo para garantir a democracia frente aos novos desafios apresentados pelas redes sociais. O debate político feito por meios de comunicação tradicionais (tv, jornais, revistas etc.), passa a ser levado para ambientes virtuais, onde algoritmos moldam o conteúdo que recebemos e as pessoas com quem nos comunicamos.

Além desse cenário de incerteza e utilização das redes sociais de maneira geral, há a necessidade de traçar recortes que compreendam especificamente cada um dos desafios do sistema político. A sub-representação das mulheres na política é um fenômeno presente em grande parte de sistemas democráticos mundialmente. Como indicam Bianca Barroso e Maurício Freitas (2023, p.3):

No entanto, as evidências destacam a sub-representatividade feminina na política brasileira, notadamente no exercício dos cargos eletivos, porquanto, para as eleições de 2020, foram eleitas apenas 651 prefeitas (12,1%) e 9.196 vereadoras (16%), denotando de forma esmagadora a presença masculina nos cargos eletivos e proporcionais.

Nos mais diversos países, mulheres enfrentam barreiras para conseguir se eleger e permanecer na política. Muitas vezes a dificuldade é anterior ao momento da própria candidatura, não sendo nem cogitadas para ocupar espaços de poder (Almeida, 2019; Silveira 2019; Martins, 2007)

Alexis de Tocqueville (1992) e Robert Dahl (2001) sustentam que a democracia só pode ser considerada efetiva quando fundada na participação popular e na igualdade de condições entre os cidadãos. No entanto, a exclusão ou sub-representação de mulheres nas

instâncias decisórias revela um déficit democrático significativo, representando a falta de igualdade de condições. Nesse sentido, Denise Friedrich, Livia Leite e Gabriela de Souza Graeff (2023, p 217) explicam:

Destarte, para a teoria democrática contemporânea, a consolidação da igualdade e da cidadania política perpassam pela participação equitativa de diferentes perspectivas da sociedade, onde o ponto de vista de diferentes grupos sociais, dominantes e marginalizados, possam contribuir para as tomadas de decisões. Nesse cenário, a sub-representação feminina, especialmente nos parlamentos e nos partidos políticos, passou a ser vista, portanto, como expressão de um déficit democrático que questiona a qualidade das democracias realmente existentes. (MOISÉS; SANCHES, 2014, p. 92).

Eileen McDonagh e Paula Monopoli (2012) argumentam que, em sociedades onde as mulheres são maioria populacional, mas ocupam apenas uma minoria dos cargos legislativos, há uma ruptura entre a ideia de soberania popular e a prática representativa. Complementando essa perspectiva, Jane Mansbridge (1999) propõe o conceito de “representação descritiva”, segundo o qual a legitimidade democrática é fortalecida quando os representantes compartilham identidades e características sociais com os representados.

Conforme argumentado por Clarissa de Lima Costa Ribeiro (2021), a baixa presença de mulheres no Legislativo brasileiro não deve ser entendida apenas como uma distorção estatística, mas como expressão de uma estrutura política que historicamente marginaliza sua participação. A desigualdade de gênero na política decorre de um conjunto de barreiras normativas, simbólicas, institucionais e culturais, que vão desde a ausência de estímulo à candidatura, até a reprodução de estereótipos que associam o feminino ao espaço doméstico e emocional. Segundo Eneida Martins (2007, p.50):

O processo de democratização enfrentou e ainda enfrenta o problema de desigualdade de gênero no espaço político. Não importa o país que se analise, os homens detêm o monopólio da representação política. A reduzida presença das mulheres nos cargos eletivos não deixa de ser uma expressão da fragilidade da democracia, que em seus ideais reclama uma distribuição mais igualitária dos recursos políticos entre os cidadãos sem distinção.

A democracia, enquanto regime baseado na igualdade formal e na soberania popular, demanda mais do que o direito ao voto, exige garantias materiais e institucionais para que todos os grupos sociais possam efetivamente disputar e exercer o poder político. Afinal, conforme Talita Rampin e José Carlos Garcia de Freitas (2012, p.4) “A igualdade formal não

é capaz de concretizar direitos fundamentais, pois como o próprio nome revela, mantém sua esfera de atuação normativa no plano teórico-abstrato”.

A ampliação da presença feminina nos espaços institucionais não é apenas uma necessidade ética e jurídica, mas uma condição para a legitimidade da própria democracia. Ainda assim, a cultura política brasileira continua a reproduzir estigmas que deslegitimam a autoridade feminina na esfera pública, dificultando o acesso e a permanência de mulheres na política institucional (Biroli, 2010; Martins, 2008; O’Brien, Piscopo, 2009)

Além de barreiras simbólicas, o financiamento de campanhas é um ponto sensível. Já foram criadas no Brasil políticas afirmativas que visam garantir a reserva de cotas e de recursos para as mulheres. Atualmente, o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) precisa ser destinado em 30% (trinta por cento), minimamente, para campanhas femininas. A barreira de recursos, para além da desconfiança dos partidos políticos e das desigualdades estruturais, é um grande obstáculo para as mulheres candidatas. Sendo assim, as redes sociais podem apresentar uma solução, sendo um instrumento de visualização em larga escala e conexão personalizada com o público que, de maneira mais econômica, pode garantir maior visibilidade para campanhas femininas.

Problemas históricos enfrentam uma dualidade ao serem confrontados com novas tecnologias, podendo haver as mais diversas oportunidades e, também, o surgimento de desafios sem precedentes. Sendo assim, candidatas mulheres, ao serem confrontadas com a rápida conexão das redes sociais, podem encontrar oportunidades para ampliar o seu público e se conectar com pessoas que talvez não conseguissem alcançar caso fizessem apenas a campanha presencial. As redes podem dar mais notoriedade para pautas relevantes para as mulheres e suas plataformas eleitorais. Porém, também apresentam sérios riscos, como a violência política de gênero on-line, exposição a situações indesejadas em larga escala, dentre outros.

O objetivo estabelecido à pesquisa foi compreender se existe correlação entre os gastos com redes sociais e as chances de êxito eleitoral. A análise aqui apresentada foi feita a partir da investigação de dados de receitas e despesas de campanhas eleitorais de candidatas e candidatos à Câmara Federal em 2022, bem como análise das redes sociais dos candidatos.

Foram analisados os dados das cinco deputadas federais mais bem votadas nas eleições de 2022. Ressalta-se que o critério de mais bem votados leva em consideração o número absoluto de votos que determinado/a candidato/a recebeu, independente da Unidade da Federação. Sendo assim, dentre as candidatas mais bem votadas temos: Carla Zambelli, do Partido Liberal (PL), no estado de São Paulo (SP); Tabata Amaral, do Partido Socialista

Brasileiro (PSB), em SP; Gleisi Hoffmann, do Partido dos Trabalhadores – PT, no Paraná (PR); Alessandra Haber, do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), no Pará (PA); e Erika Hilton (PSOL-SP). Também compõem o objeto de estudo os cinco deputados federais mais votados: Nikolas Ferreira, do PL, em Minas Gerais (MG); Guilherme Boulos (PSOL-SP); Eduardo Bolsonaro (PL-SP); Bruno Lima, do Partido Progressista (PP), em SP; e Deltan Dallagnol, do Podemos (PODE-PR). Além desses, foram analisadas as cinco deputadas federais menos votadas entre as eleitas por cada um desses partidos, respectivamente: Silvia Waiãpi, do PL no Amapá; Lídice da Mata, do PSB, na Bahia (BA); Denise Pessôa, do PT, no Rio Grande do Sul (RS), Helena Lima, do MDB, em Roraima (RR) e Célia Xakriabá (PSOL-MG). O mesmo recorte foi aplicado aos deputados federais menos votados eleitos por essas siglas: Vinicius Gurgel (PL-AP); Henrique Vieira, do PSOL no Rio de Janeiro (RJ); João Alberto Fraga, do PL no Distrito Federal (DF); Luiz Ovando, do PP, no Mato Grosso do Sul (MS); e Victor Linhalis, do PODE, no Espírito Santo (ES).

Os dados foram obtidos do Portal de Prestação de Contas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e do Facebook (META). Foi realizado, também, um levantamento bibliográfico para compreender a eleição de mulheres na política brasileira e mundial, políticas afirmativas para mulheres na política e impacto das redes sociais em processos eleitorais. O marco teórico do estudo apoia-se em uma abordagem crítica da representação política de gênero, compreendendo a sub-representação das mulheres como uma manifestação de desigualdade estrutural e déficit democrático (Mcdonagh e Monopoli, 2012; Mansbridge, 1999; Young, 2000; Almeida, 2019). Também se fundamenta em estudos sobre políticas afirmativas de gênero, como instrumentos para ampliar a presença das mulheres nos espaços de poder e corrigir barreiras históricas de participação (Phillips, 1998; Franceschet, Krook, Picoso 2009; Martins, 2009). No eixo das redes sociais e processos eleitorais, adota-se a perspectiva de que as plataformas digitais constituem novos espaços de disputa política e de visibilidade pública, os quais tanto oferecem oportunidades quanto reforçam padrões de desigualdade e violência política de gênero (Harrington, 2020; Hivos, 2020; McGregor e Mourão, 2017).

A dissertação está dividida, além da presente introdução, da apresentação da metodologia utilizada e da conclusão, em três capítulos. O primeiro capítulo apresenta um histórico da luta feminina, da sub-representação na política e das políticas afirmativas para mulheres na política, tais como a lei de cotas de candidatura e de financiamento eleitoral no Brasil e no mundo. O segundo capítulo aborda uma discussão do uso de redes sociais em

processos eleitorais no Brasil e no mundo, para tentar compreender o impacto dessas em processos eleitorais O terceiro capítulo apresenta os dados coletados e a sua análise.

A partir dessas reflexões, traça-se a hipótese da pesquisa: o direcionamento de recursos de financiamento eleitoral para o uso de redes sociais têm relação com o êxito eleitoral de candidatas?

A presente pesquisa adota o método do estudo de caso, por se tratar de uma investigação que busca compreender, em profundidade, um fenômeno contemporâneo: a interação entre gênero, financiamento eleitoral e uso de redes sociais nas eleições brasileiras de 2022, inserido em seu contexto real. Conforme Yin (2001), o estudo de caso é particularmente apropriado quando se busca responder a questões do tipo "como" e "por que", nas quais o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos, e estes se encontram inseridos em contextos complexos e dinâmicos.

O estudo se caracteriza como um estudo de caso múltiplo, com unidades de análise incorporadas, dado que examina, de forma comparativa, diferentes candidaturas eleitas à Câmara dos Deputados em 2022, com ênfase em distinções de gênero, volume de financiamento de campanha e estratégias digitais utilizadas. Cada candidatura observada constitui uma subunidade analítica, permitindo explorar padrões comuns e contrastes entre os casos.

As candidaturas foram selecionadas com base em um critério de intencionalidade e diversidade: foram incluídos os cinco deputados e deputadas mais votados e os cinco menos votados, todos eleitos, de diferentes partidos. A comparação inclui candidaturas femininas e masculinas, permitindo uma análise interseccional que considera não apenas o gênero, mas também as estruturas partidárias e os recursos mobilizados.

A coleta de dados foi realizada por meio da triangulação de fontes, com o objetivo de garantir a validade e a confiabilidade da análise. Foram extraídos dados públicos do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), incluindo receitas e despesas de campanha, fontes de financiamento (FEFC, Fundo Partidário e recursos privados), valores investidos em impulsionamento digital e resultados eleitorais. Além disso, foram analisados indicadores de engajamento nas redes sociais, especialmente no Facebook, como número médio de postagens por dia, curtidas, comentários, compartilhamentos e sua evolução entre os anos de 2020 e 2022.

Por engajamento, compreende-se o conjunto de interações do público com os conteúdos publicados por candidaturas, sinalizando níveis de atenção, apoio, reação ou mobilização frente às mensagens divulgadas nas redes. O engajamento é considerado, nesta pesquisa, uma forma de capital político digital, capaz de refletir a visibilidade, a ressonância e

o alcance social das candidaturas no ambiente online. Foram considerados como indicadores de engajamento o número de curtidas: expressa reações positivas básicas aos conteúdos; o número de comentários: indica envolvimento discursivo, concordância, crítica ou debate por parte da audiência; o número de compartilhamentos: revela o grau em que o conteúdo circula para além da bolha original, ampliando o alcance da candidatura; frequência de postagens: mostra o grau de atividade digital durante o período eleitoral; média de interações por postagem: soma das curtidas, comentários e compartilhamentos, indicando o desempenho médio das publicações.

Essas métricas foram coletadas para cada uma das vinte candidaturas analisadas (cinco mais votadas e cinco menos votadas, com recorte de gênero), e organizadas em planilhas comparativas. A análise cruzou esses dados com os investimentos na campanha e resultados nas urnas. Essa abordagem busca compreender se e como os recursos financeiros impactam o desempenho digital das candidaturas, e em que medida o engajamento online pode refletir (ou não) desigualdades estruturais de gênero na disputa eleitoral.

A análise dos dados combina abordagens quantitativas e qualitativas. Foram elaboradas tabelas comparativas e gráficos para analisar a distribuição dos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), o uso de recursos próprios e privados, bem como o desempenho digital das candidaturas. O método de estudo de caso permite, assim, não apenas descrever o fenômeno observado, mas também interpretar como desigualdades estruturais de gênero se reproduzem ou se transformam em ambientes digitais mediados por algoritmos e desiguais estruturas de financiamento. Buscando compreender, portanto, se há relação com os gastos em redes sociais em período eleitoral, o financiamento de campanha e o êxito eleitoral, principalmente, de mulheres.

Os dados foram sistematizados em planilhas, agrupados por categorias (deputadas mais votadas, deputadas menos votadas, deputados mais votados e deputados menos votados) e, a partir disso, foram calculadas médias de engajamento, custo por voto, percentuais de investimento em redes sociais e eficiência na conversão de recursos em visibilidade e votos. Ressalta-se, contudo, que o sistema proporcional adotado nas eleições legislativas brasileiras introduz variáveis importantes na análise do êxito eleitoral, como o quociente eleitoral e partidário, que relativizam a relação direta entre investimento individual e obtenção de mandato. Em outras palavras, o sucesso eleitoral de uma candidatura nem sempre depende exclusivamente de seu desempenho individual, mas do desempenho global de sua legenda e da lógica de distribuição proporcional de cadeiras na Câmara dos Deputados. Isso significa que, embora os dados financeiros e de engajamento forneçam pistas relevantes sobre a

competitividade e a visibilidade das campanhas, a análise de sua eficácia eleitoral deve considerar essas limitações estruturais do sistema.

O objetivo desta pesquisa é compreender como as mulheres gastam o recurso de financiamento de campanha com as redes sociais. Parte-se das hipóteses que:

- I. Existe correlação entre os gastos com as redes sociais e as chances de êxito eleitoral.
- II. O uso estratégico e contínuo das redes sociais ao longo do tempo tem maior impacto positivo para as mulheres do que para os homens, especialmente quando associado a narrativas de identidade e representação simbólica. Podendo apresentar maiores chances de êxito eleitoral.
- III. Os homens mais votados, mesmo com menor investimento proporcional em redes, mantêm altos índices de engajamento devido à sua visibilidade prévia e ao capital político acumulado. Refletindo as desigualdades do campo *offline*.
- IV. O investimento isolado em impulsionamento, sem presença consolidada nas redes, não gera resultados eleitorais expressivos, como observado entre os homens menos votados que passaram a investir em 2022, mas não utilizaram as redes em 2020.

Assim, a metodologia adotada, combinando análise documental, observação digital e levantamento estatístico, permitiu uma leitura abrangente das assimetrias de gênero no processo eleitoral brasileiro. Iniciando na distribuição de recursos no montante de votos e engajamento nas redes sociais. A articulação entre dados empíricos e marco teórico sustentou as conclusões e recomendações formuladas ao fim da pesquisa, apontando caminhos para o fortalecimento das candidaturas femininas e para a democratização do acesso ao espaço público digital.

Para compreender as raízes dessa desigualdade e as estratégias já mobilizadas em sua superação, o Capítulo 1 – Mulheres na Política: A busca pela representatividade apresenta uma análise histórica, normativa e institucional sobre a trajetória da participação feminina nos espaços de poder no Brasil. A partir desse panorama, busca-se evidenciar como a exclusão das mulheres do campo político não é acidental, mas resultado de dinâmicas estruturais persistentes, que exigem enfrentamento articulado em múltiplas frentes: jurídica, simbólica, material e comunicacional.

CAPÍTULO 1 - MULHERES NA POLÍTICA: A busca pela representatividade.

A relação entre igualdade e democracia não pode ser dissociada. “Igualdade e democracia são quase sinônimos, não sendo possível haver um sem o outro. A igualdade leva necessariamente à democracia” (Tocqueville 1992, p.32). Essa concepção reforça a noção de que a legitimidade democrática depende não apenas da participação formal, mas da efetiva inclusão de todos os grupos sociais nos processos de deliberação e representação política.

Democracia, conforme compreendida por Robert Dahl (2001), pressupõe a participação efetiva dos governados no processo de tomada de decisões coletivas, ou seja, no governo. Trata-se de um regime em que os cidadãos não apenas elegem representantes, mas têm a possibilidade concreta de influenciar a agenda política, garantindo a legitimidade do poder exercido.

A própria Constituição Federal já determina que todos são iguais perante a lei, evidenciando homens e mulheres. O art. 5º da Constituição Federal estabelece que:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição; (BRASIL, 1988).

Para Dahl, um governo somente pode corresponder à uma democracia se cumprir os requisitos, nas palavras de Bernardo Gureck Borba e Gisele Mara Gureck Borba (2022, p.8):

participação efetiva; igualdade de voto; entendimento esclarecido; controle do programa de planejamento; inclusão dos adultos. A respeito da participação efetiva, o autor discorre que “Antes de ser adotada uma política pela associação, todos os membros devem ter oportunidades iguais e efetivas para fazer os outros membros conhecerem suas opiniões sobre qual deveria ser esta política.

Sendo assim, a democracia, enquanto regime político que se funda na soberania popular e na igualdade entre os cidadãos, exige a efetiva participação de todos os segmentos da sociedade na formulação das decisões públicas. Como destaca a Constituição Federal de 1988, ao estabelecer o Brasil como um Estado Democrático de Direito, “todo poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente”, em seu art. 1º, parágrafo único (Brasil, 1988). Como destaca Clarissa Ribeiro (2021), essa concepção democrática implica que a titularidade dos mandatos nos Poderes Executivo ou Legislativo somente será legítima quando puder ser relacionada direta ou indiretamente a um ato concreto de expressão popular.

Segundo Luciana Silva (2020), mesmo a igualdade sendo explícita no texto constitucional (no artigo 5º, I, da Constituição Federal de 1988) esta beneficia somente a quem possui forças e poderes decisórios desiguais. Tal fato é evidenciado visto que somente

uma minoria, neste caso, homens, detém cargos mais altos no poder executivo, em geral, por exemplo. Além disso, detém mais cargos eletivos no legislativo. Este fato faz com que as legislações e decisões de políticas públicas não reflitam de fato a construção de uma igualdade material.

Portanto, essa igualdade formal e desigualdade material presente na sociedade brasileira fragiliza a legitimidade democrática visto que a composição dos espaços de poder não reflete a diversidade da população que se pretende representar. Segundo Eileen McDonagh e Paula Monopoli (2012), em regimes democráticos, o parlamento deve refletir a composição social da população. “Se 51% dos cidadãos de um país são mulheres, então 51% (cinquenta e um por cento) deveria estar em instituições representativas” (McDonagh, Monopoli, 2012, p.169) caso contrário, há sub-representação de gênero e, por consequência, déficit democrático.

As autoras, ao elaborarem seu trabalho, se baseiam na obra de Jane Mansbridge (1999), que desenvolve o conceito de representação descritiva, segundo o qual a legitimidade e a qualidade da representação política são potencializadas quando os representantes compartilham características visíveis ou experiências em comum com seus representados. Mansbridge reconhece, entretanto, que a representação descritiva não é uma exigência absoluta: há casos em que representantes não descritivos foram capazes de defender bem, ou até melhor, os interesses dos seus eleitores. Ainda assim, a autora sustenta que a presença proporcional de grupos historicamente excluídos é essencial para o cumprimento da função agregadora da democracia. Isso significa que, em contextos de conflitos de interesses diversos, a composição do parlamento deve refletir a proporcionalidade da sociedade para garantir legitimidade às decisões políticas.

Apesar dessa fundamentação teórica e constitucional, na maioria das democracias contemporâneas, inclusive no Brasil, a presença feminina nos espaços de decisão política permanece drasticamente reduzida. Como observam Christiane Peter e Natália Damasceno (2006), “a dominação masculina na política nunca foi ameaçada, e as mulheres continuam, até os dias de hoje, excluídas desse ambiente” (p. 144). Ainda que o sufrágio feminino tenha sido conquistado, o poder político permanece como um campo prioritariamente masculino. Os homens, historicamente, aprenderam a mobilizar seus privilégios para manter-se no poder, excluindo as mulheres das instâncias onde as decisões são tomadas, o que compromete a inclusão das pautas femininas na agenda pública. Tal fato se agrava ainda ao fazermos um recorte da América Latina. Segundo Talita Rampin (2013, p. 349):

mulheres latino-americanas constituem sujeitos historicamente discriminados, sujeitas a uma dupla opressão: econômica (porque a América Latina está à margem do sistema capitalista) e sexual (porque desempenha um papel secundário na sociedade a partir de seu sexo biológico, bem como, do papel feminino que lhe é imposto pela sociedade, para além do capital).

Nesse mesmo sentido, Nancy Fraser (1990) argumenta que o ideal de esfera pública, tal como concebido nos modelos clássicos liberais, frequentemente serve para mascarar práticas de dominação e exclusão, ao invés de promover uma participação genuína e igualitária (Ribeiro, 2021, p. 87). Assim, a democracia, mesmo quando garante o direito ao voto e às candidaturas, pode coexistir com mecanismos simbólicos, estruturais e institucionais que impedem a plena participação das mulheres na política, revelando que a igualdade jurídica nem sempre se traduz em igualdade material ou representativa.

A presença de mulheres na política é, portanto, fundamental para o fortalecimento das democracias contemporâneas. Uma democracia só deve ser considerada plena quando os diferentes grupos que compõem a sociedade estão adequadamente representados nos espaços de poder. No entanto, a sub-representação feminina nos parlamentos e nas instâncias decisórias revela um déficit democrático que não pode ser ignorado.

A sub-representação feminina impacta diretamente a produção legislativa e a definição de prioridades no orçamento público. Pesquisas (Franceschet, Krook e Piscopo, 2012; Almeida; Luchman e Ribeiro, 2012) demonstram que a presença de mulheres tende a ampliar o debate sobre direitos sociais, igualdade de oportunidades, saúde, educação e combate à violência de gênero. A representação descritiva nesse cenário fortalece a confiança nas instituições e incentiva novas gerações de mulheres a ocuparem os espaços do poder.

As mulheres enfrentam diversas barreiras para participar da vida pública. Dentre elas, um estereótipo criado onde se relaciona a mulher ao espaço privado, com características emotivas (Biroli, 2010). Retirando da sociedade a possibilidade de enxergar mulheres como comandantes e líderes, desqualificando a qualidade da administração de mulheres. Sendo assim, a mudança também deve ser estrutural. As políticas públicas também devem perpassar uma formação da sociedade reformulando o imaginário coletivo para que a sociedade compreenda mulheres como capazes de ocupar esses espaços.

A partir do que foi apresentado, podemos concluir que o incentivo à presença das mulheres na política não é apenas um imperativo ético de justiça e reparação histórica, mas uma exigência teórica e prática para o funcionamento pleno da democracia. Ao representarem grupos que tradicionalmente foram relegados a temas secundários ou invisibilizados na agenda institucional, as mulheres podem ampliar a capacidade do sistema político de

incorporar a pluralidade da sociedade. Sua atuação não se restringe a pautas identitárias ou “femininas”, mas frequentemente incorpora demandas mais amplas ligadas à justiça social, aos direitos humanos e às políticas públicas inclusivas (Franceschet, Krook e Piscopo, 2012). Nesse sentido, fortalecer a participação das mulheres é fortalecer a própria democracia.

A Constituição Federal de 1988 inaugurou uma nova ordem jurídica no Brasil ao instituir o país como um Estado Democrático de Direito, nos termos do caput do artigo 1º. Esse conceito deve ultrapassar a mera formalidade jurídica e implicar a conjugação entre legalidade, legitimidade e participação ativa dos cidadãos na condução da vida pública. O Estado de Direito encontra no adjetivo “democrático” a exigência de que essa legalidade seja construída e legitimada pela soberania popular. Porém, como bem nos lembra Talita Dias Rampin (2013, p.4):

“O Direito, a despeito das tentativas de se passar por instrumento neutro e assexuado, adota claramente o paradigma masculino, tem como característica central o androcentrismo: todas as análises, investigações, estudos e propostas são construídos a partir do sujeito masculino”.

Posto esse desafio de ordem estrutural, para aportar mudanças, inclusive na elaboração de novas normas jurídicas, a representação política deve refletir a diversidade social e garantir a presença de grupos historicamente excluídos da esfera decisória, como as mulheres, a população negra e os povos indígenas. A ausência de representatividade substantiva compromete a legitimidade do sistema democrático, pois transforma o ideal de soberania popular em ficção jurídica. Assim, o Estado Democrático de Direito não pode ser compreendido apenas como um arranjo normativo, mas como um projeto político e social que demanda equidade, participação e reconhecimento. Neste sentido, é importante ressaltar, como alerta Eneida Desiree Salgado, Guilherme Athaides Guimarães e Eric Vinicius Lopes Costa (2019, p. 176):

Atualmente, as mulheres possuem pouco peso na tomada de decisões que lhes afetam diretamente. Chama atenção o fato de que 100% de 90% das pessoas que estão deliberando sobre o aborto na Câmara dos Deputados na atualidade jamais passarão por uma gravidez. Para que seja possível usufruir dos benefícios da participação política, é imprescindível que haja o desenvolvimento e aperfeiçoamento de institutos que buscam fortalecê-la. É dessa maneira que a adoção de cotas de gênero não só adquire legitimidade mas se torna instrumento primordial na luta pela melhoria da participação política das mulheres no Brasil e na superação da situação de desigualdade de gênero.

A efetivação desse modelo constitucional exige a adoção de políticas públicas e marcos regulatórios que promovam a inclusão, combatam as desigualdades estruturais e ampliem as condições materiais de participação. Isso é especialmente relevante no cenário político brasileiro contemporâneo, marcado pela polarização, pela desinformação e pelas

desigualdades de gênero, raça e classe, que dificultam o acesso equitativo aos espaços de poder e decisão. Para compreender a origem e a persistência desses entraves, é necessário revisitar o percurso histórico da luta das mulheres por reconhecimento político no Brasil. Essa trajetória, marcada por avanços legais e resistências sociais, tem início na longa e silenciosa disputa pelo direito ao voto, marco inaugural da cidadania política feminina no país, tema que será aprofundado a seguir na seção 1.1 A luta das mulheres pelo direito ao voto no Brasil.

1.1 A luta das mulheres pelo direito ao voto no Brasil

Conforme apresentado neste capítulo, até hoje as mulheres encontram dificuldades para acessar a esfera política. A cidadania política das mulheres, historicamente, se desenvolveu de forma lenta e desigual, marcada por exclusões sistemáticas. Segundo Ribeiro (2021), esse processo pode ser dividido em três etapas principais: a exclusão total da esfera pública, seguida por uma fase de discriminação legal e simbólica, e, por fim, uma conquista teórica da cidadania plena, ainda que não efetivamente garantida. Esse monopólio masculino do espaço político configurou, desde o início, uma contradição no próprio ideal democrático, pois, ao negar às mulheres o reconhecimento como sujeitos racionais e políticos, excluiu da participação popular uma parcela significativa da sociedade, deslegitimando o próprio princípio de soberania popular (Biroli, 2010).

Essa exclusão inicial tem reflexo até hoje na teórica cidadania plena por meio da construção de sucessivos mecanismos sociais, legais e simbólicos destinados a manter a mulher afastada das esferas de poder. A masculinidade, nesse contexto, transforma-se no padrão da política, do discurso público e da racionalidade dominante. A política, portanto, é construída não como um espaço neutro, mas como um campo estruturado por exclusões históricas, até os dias atuais.

É importante ressaltar que a exclusão das mulheres de espaços de poder, não se refere somente aos espaços políticos. Em geral, mulheres são associadas ao ambiente privado. Segundo Luciana Costa Silva (2020, p.45):

As mulheres brasileiras desde a colonização foram condicionadas a ocupar o ambiente doméstico, desenvolvendo o trabalho reprodutivo, o qual consiste em cuidar do lar, filhos, idosos e doentes, ou seja, trabalhar exaustivamente para garantir que o provedor do lar esteja descansado, alimentado e vestido para sua próxima jornada.

As mulheres ingressaram no mercado de trabalho impulsionadas pela crescente demanda por mão de obra produtiva. No entanto, foram recebidas por este mercado com jornadas mais longas, continuaram sendo exploradas agora fora do espaço doméstico,

receberam salários inferiores e, muitas vezes, trabalham mais do que os homens nas indústrias.

Segundo dados do IBGE (2023), as mulheres representaram 44,9% dos trabalhadores formais no país e tiveram remuneração correspondente a cerca de 83,7% da dos homens. As condições laborais precárias, com turnos exaustivos, contribuíram para o agravamento de diversos problemas sociais (Silva, 2020). Essa desigualdade se manteve mesmo em ocupações de maior qualificação, como diretores, chefes, supervisores, gerentes, coordenadores e dirigentes, conforme a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO).

Embora o setor industrial e comercial tenham ampliado a inserção feminina, é no setor público, especialmente em áreas relacionadas ao cuidado, como enfermagem, pedagogia e assistência social, que as brasileiras encontram maior presença. Nos cargos de liderança, contudo, continuam sub-representadas, refletindo as raízes profundas do patriarcado e da misoginia nas estruturas organizacionais. Mesmo quando alcançam posições elevadas, enfrentam barreiras como a divisão sexual do trabalho e o chamado teto de vidro, temas que serão explorados nas próximas seções. Ainda assim, dados recentes do Ministério da Economia indicam um crescimento na participação das mulheres em cargos de gestão, sinalizando avanços, embora ainda insuficientes diante das desigualdades históricas.

Além disso, as mulheres que acessam esses espaços decisórios frequentemente enfrentam expectativas desproporcionais em relação à sua performance. Enquanto os homens são socialmente autorizados a serem medianos, as mulheres só são admitidas se demonstrarem excelência constante (Ribeiro, 2021, p.80). Tal assimetria revela um padrão de julgamento baseado em gênero que impõe às mulheres uma necessidade permanente de comprovação de competência, legitimidade e racionalidade. A presença feminina, longe de ser tratada como algo natural, continua sendo percebida como exceção e não como pressuposto democrático.

Essa trajetória histórica demonstra que o modelo de cidadania construído pelas democracias liberais foi, desde sua origem, profundamente excludente. Como afirma Jacqueline Heinen, as normas e instituições políticas que se pretendem universais são, na verdade, produtos de um ponto de vista masculino que, por séculos, definiu quem pertence e quem está à margem do espaço público (Ribeiro, 2021, p. 80) Portanto, mesmo quando a cidadania formalmente igualitária é proclamada, ela carrega em si os resquícios de um projeto político que sempre esteve estruturado para excluir, silenciar e invisibilizar as mulheres.

A conquista do voto feminino no Brasil foi um processo longo e profundamente marcado pelas contradições entre os avanços legais e as resistências sociais. Essa exclusão

não se deu de forma passiva: já no final do século XIX e início do XX, grupos organizados de mulheres passaram a reivindicar, com maior intensidade, o direito à participação política.

Em 1889, encerrou-se a Monarquia e para assegurar a legitimidade do novo governo os republicanos convocaram uma Assembleia Constituinte. Este projeto definia o termo eleitor para designar o cidadão apto a votar. Não deixando explícito se mulheres seriam consideradas cidadãs com direito ao voto. Quando o projeto de Constituição entrou em discussão os defensores do sufrágio feminino apresentaram suas emendas. Os opositores utilizam argumentos como “mulheres não deveriam votar porque o exercício de direitos políticos ameaçava seus delicados sentimentos bem como a conservação da família” (Marques,2019). Reforçando o papel das mulheres no imaginário coletivo. Ao fim das discussões, o texto final da Constituição de 1891 não deixou claro se as mulheres tinham ou não direito ao voto. Porém, a interpretação das juntas eleitorais foi que a palavra contida no texto era “cidadãos”, desconsiderando os pedidos de mulheres para votar, considerando-se apenas homens.

Anos depois, o movimento pelo direito ao voto feminino continuava, uma das figuras centrais desse movimento foi Leolinda Daltro, fundadora do Partido Republicano Feminino em 1910. Embora suas propostas tenham sido amplamente ignoradas pelo sistema político da época, elas criaram as bases para a mobilização das décadas seguintes. O marco inaugural das conquistas institucionais ocorreu em 1928, quando o Rio Grande do Norte se tornou o primeiro estado a permitir o alistamento de mulheres como eleitoras. Celina Guimarães Viana e Júlia Barbosa tornaram-se as primeiras eleitoras registradas no país. Porém, havia dúvida se os votos das mulheres eram válidos e o Senado decidiu que não seriam.

Porém, após duras batalhas, em 1932 o decreto do novo código eleitoral, finalmente, acolheu o voto feminino. Já nas eleições de 1933, para os representantes na Assembleia Constituinte, sete mulheres se candidataram. A candidata mais bem votada foi Bertha Lutz, que recebeu 16.423 votos (Marques, 2019), porém essa quantidade não foi suficiente para garantir uma cadeira titular na Câmara dos Deputados, resultou na primeira suplência e, posteriormente, na ocupação do cargo de deputada.

Esse processo histórico evidencia que o sufrágio feminino no Brasil não foi uma concessão espontânea do Estado, mas sim o resultado direto da mobilização política de mulheres que, ao longo de décadas, desafiam os estereótipos de gênero e as estruturas conservadoras que sustentavam a exclusão feminina da vida pública. Segundo Luciana Costa Silva (2020, p 47):

Mesmo com a finalidade de mudar a mentalidade feminina para se atentar mais as decisões tomadas pelo poder público e a política, as sufragistas tiveram muita dificuldade, porque não era só necessário convencer as mulheres de que elas poderiam passar a ocupar novos espaços, inclusive cargos políticos, ainda havia a questão de lidar com a mentalidade dos homens que tinham plena convicção de que o mundo feminino se restringia aos cuidados com os filhos, idosos e com o lar, isso fez e ainda faz com que o machismo e a misoginia estejam enraizados na cultura e nos costumes brasileiros.

Como destaca Débora Cristina Marques (2018), a inclusão formal das mulheres como eleitoras e candidatas não foi acompanhada, ao longo do tempo, de uma participação proporcional nas instituições políticas.

A legislação avançou, mas as barreiras simbólicas, institucionais e materiais permaneceram. A conquista do voto feminino representou o início de um processo mais amplo de luta por cidadania plena e igualdade política. Ainda hoje, o legado dessas lutas ressoa nas demandas por paridade de gênero nos parlamentos, por financiamento equitativo das campanhas eleitorais e por proteção contra a violência política de gênero. A entrada das mulheres no sistema eleitoral brasileiro significou não apenas o reconhecimento de um direito, mas a abertura de caminhos para a transformação das próprias bases da democracia. Nesse contexto, é fundamental recuperar as experiências pioneiras de mulheres que, mesmo antes da consolidação do voto feminino como direito nacional, ocuparam espaços de poder e desafiaram as estruturas patriarcais. A trajetória de Alzira Soriano, primeira prefeita eleita no Brasil, simboliza esse momento inaugural de ruptura e afirmação política feminina.

1.2 Eleição Feminina no Brasil

Alzira Soriano foi eleita prefeita de Lajes (RN) em 1928, desafiando as normas patriarcais. Sua eleição teve ampla repercussão nacional. Durante seu mandato, Alzira demonstrou comprometimento com a administração pública e buscou garantir melhorias em áreas como educação e infraestrutura. Apesar de sua competência, enfrentou forte oposição e foi alvo de críticas marcadas por preconceito de gênero. Ainda assim, sua eleição abriu um precedente importante e foi uma das primeiras expressões concretas do avanço do movimento sufragista no Brasil (Marques, 2019, p.26).

A história de Alzira Soriano é emblemática porque revela que, mesmo antes da formalização do direito ao voto para mulheres em âmbito nacional, já havia no país experiências reais de exercício político por parte de mulheres. Sua trajetória também evidencia que a luta pelo reconhecimento não foi apenas por acesso ao voto, mas pela efetiva

ocupação de espaços de poder. A eleição de Alzira mostra que, quando garantido o direito e dadas as condições mínimas de participação, as mulheres não apenas concorrem, mas governam e governam bem (Marques, 2019, p.26).

A conquista do voto feminino abriu caminhos para que as mulheres também disputassem cargos no parlamento nacional. Esse novo cenário tornou possível a eleição de Carlota Pereira de Queirós, médica, educadora e escritora paulista, que se tornou a primeira mulher deputada federal do Brasil em 1934, eleita para a Assembleia Nacional Constituinte (Marques, 2019, p.32).

A eleição de Carlota representou não apenas uma vitória simbólica do movimento sufragista, mas também uma ruptura concreta com a exclusão histórica das mulheres da política institucional. Formada em medicina pela Universidade de São Paulo em 1926, Carlota era uma intelectual respeitada. Atuava com ênfase em causas sociais e sanitárias, especialmente voltadas à infância e à população empobrecida das grandes cidades.

Embora tenha sido a única mulher entre os 214 (duzentos e catorze) constituintes eleitos em 1934, Carlota Pereira de Queirós pavimentou o caminho para a ampliação, ainda que lenta, da participação feminina no legislativo brasileiro. Sua atuação evidencia que a conquista do sufrágio não se limitou ao direito de votar, mas também compreendia o direito de ser eleita e de ocupar plenamente os espaços de formulação de leis.

É importante destacar que, ainda que a eleição de Carlota tenha sido um marco, o avanço da representação feminina na política institucional seguiu, e ainda segue, um percurso lento, irregular e fortemente condicionado por barreiras culturais, econômicas e partidárias. As experiências de Alzira Soriano e Carlota Pereira de Queirós mostram que o direito ao voto e à elegibilidade, embora fundamentais, não bastam. A efetiva inserção das mulheres na política exige transformações estruturais no modo como se organiza o poder, o financiamento de campanhas, a cultura política e o imaginário social que ainda associa autoridade, racionalidade e liderança ao universo masculino.

A história da eleição feminina no Brasil, portanto, deve ser lida não apenas como uma cronologia de feitos pioneiros, mas como parte de um processo contínuo de disputa por legitimidade, visibilidade e poder. O resgate dessas trajetórias é essencial para compreender os desafios atuais da participação política das mulheres e reforçar a importância de políticas afirmativas e mecanismos institucionais que garantam não apenas o direito de concorrer, mas também de governar e transformar a política a partir de outras perspectivas.

1.3 Participação feminina na política: dados atuais

Segundo relatório da *Inter-Parliamentary Union* (IPU, 2024) a representação feminina nos parlamentos, em âmbito global, permaneceu em 27% (vinte e sete por cento) em 2024. Revelando um ritmo lento de avanço na participação política. A República Dominicana foi um dos poucos países que registrou um aumento considerável, 8% (oito por cento), após o endurecimento na aplicação das cotas eleitorais. Em 2024, das 31 (trinta e uma) eleições gerais que ocorreram, somente cinco mulheres foram eleitas para presidência (Islândia, México, Namíbia, Macedônia do Norte e República da Moldávia). Ou seja, a sub-representação de mulheres em cargos eletivos não é somente um problema brasileiro.

No Brasil, segundo o IBGE (2022), 51,5% (cinquenta e um inteiros e um décimo percentual) da população brasileira é composta por mulheres. Em 2022, representaram 52,47% (cinquenta e dois inteiros e quarenta e sete décimos percentuais) do eleitorado, mas apenas 34% (trinta e quatro por cento) das candidaturas e cerca de 18% (dezoito por cento) das eleitas (TSE, 2022). É importante ressaltar que apesar do pequeno avanço, conforme dados do Observatório de Igualdade de Gênero da CEPAL (ONU, 2022), o crescimento da participação feminina em prefeituras tem sido ainda menor, a nível mundial. A maioria dos países apresenta números abaixo dos 20% e a média regional chega apenas a 12.3%.

Para compreender como é o cenário brasileiro hoje, em relação a eleição de mulheres, foi feita uma análise das estatísticas das últimas eleições, disponíveis no site do TSE. A representação de mulheres nas eleições gerais de 2014, 2018 e 2022 ainda é tímida e muito aquém de sua participação na sociedade.

Tabela 1- Candidaturas Femininas e Masculinas nas Eleições de 2014, 2018 e 2022.

Ano	Total de Candidaturas	Candidaturas Femininas	% Femininas	Candidaturas Masculinas	% Masculinas
2014	26.161	8.123	31%	18.038	69%
2018	29.084	9.204	32%	19.880	68%
2022	29.234	9.890	34%	19.344	66%

Fonte: Elaboração própria, com dados do TSE (2022).

Podemos perceber que as candidaturas femininas representaram cerca de 30% das candidaturas totais nas últimas três eleições gerais. Ou seja, apesar do avanço entre os anos, ainda é aquém do necessário para garantir uma efetiva representatividade das mulheres. Com base nessa tendência de crescimento, analisada no gráfico acima, seriam necessárias

aproximadamente 12 (doze) eleições para que as candidaturas femininas alcancem 50% (cinquenta por cento) do total de candidaturas. Ou seja, a paridade de gênero nas candidaturas somente seria alcançada em 48 (quarenta e oito) anos. Em relação à eleição:

Tabela 2 - Eleitos e Eleitas nas Eleições de 2014, 2018 e 2022.

Ano	Total de Eleitos e Eleitas	Eleitas	% Eleitas	Eleitos	% Eleitos
2014	1.681	184	11%	1.497	89%
2018	1.757	284	16%	1.473	84%
2022	1.683	309	18%	1.374	82%

Fonte: Elaboração própria, com dados do TSE (2022).

Podemos observar que apesar do pequeno crescimento no número de candidaturas, principalmente entre 2014 e 2018, houve um aumento significativo de mulheres eleitas. O percentual de candidaturas aumentou somente um por cento, mas a eleição aumentou em cinco por cento. Esse fenômeno pode ser explicado por políticas afirmativas fundamentais que serão abordadas mais à frente, como reserva de destinação do FEFC para candidaturas femininas, tempo de televisão reservado para candidaturas femininas e reserva de percentual do fundo partidário para o incentivo de mulheres na política. Também é importante ressaltar que apesar do aumento significativo entre 2014 e 2018, o aumento foi tímido entre 2018 e 2022, podendo sugerir que apesar da relevância dessas medidas, elas representam uma estagnação.

Por fim, foi feita uma análise dessas candidaturas em relação à reeleição. Os dados mostram que as mulheres têm uma porcentagem menor de reeleição em todas as últimas eleições. Esses dados sugerem que, além de mais difícil para as mulheres acessarem espaços políticos, também enfrentam dificuldade em permanecer na política.

Tabela 3 – Reelection por Gênero nas Eleições de 2014, 2018 e 2022.

Ano	Reeleitas	% Reeleitas	Não Reeleitas	% Não Reeleitas	Reeleitos	% Reeleitos	Não Reeleitos	% Não Reeleitos
2014	69	37,50%	115	62,50%	583	38,94%	914	61,06%
2018	100	35,21%	184	64,79%	747	49,29%	726	50,71%
2022	122	39,48%	187	60,52%	747	54,37%	627	45,63%

Fonte: Elaboração própria, com dados do TSE (2022).

No ano de 2022, as principais casas legislativas do país contavam com uma bancada feminina de aproximadamente $\frac{1}{5}$ (um quinto) de seus membros. Para o governo, das 27 (vinte e sete) unidades da Federação, apenas duas mulheres foram eleitas (Fátima Bezerra - PT/RN e Raquel Lyra-PSD - PE). Apesar dos esforços do poder legislativo de criar mecanismos para garantir a entrada e a permanência de mulheres na política, o número de mulheres em espaços do poder ainda está muito aquém da representação de mulheres na sociedade brasileira. Como vimos, a sub-representação feminina nos espaços de poder configura-se como um entrave à plena realização da democracia. Diante disso, o presente trabalho se dedicará à análise das ações afirmativas voltadas à promoção da participação feminina, como as cotas de candidaturas, o financiamento público proporcional e o tempo de propaganda.

Todavia, apesar dos incentivos apresentados a seguir e da exclusão tradicional de mulheres do espaço de poder e da política, ainda existem desafios referentes à violência política de gênero. Além de não serem apresentadas à política como uma opção para suas vidas, as mulheres que ousam ocupar estes espaços, ainda enfrentam a violência política contra a mulher. No Brasil, a partir da promulgação da Lei nº 14.192/2021 ficou definida a sua conceituação:

Art. 3º Considera-se violência política contra a mulher toda ação, conduta ou omissão com a finalidade de impedir, obstaculizar ou restringir os direitos políticos da mulher. Parágrafo único. Constituem igualmente atos de violência política contra a mulher qualquer distinção, exclusão ou restrição no reconhecimento, gozo ou exercício de seus direitos e de suas liberdades políticas fundamentais, em virtude do sexo.

Além disso, acrescenta o artigo 326-B ao Código Eleitoral:

Art. 4º A [Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965](#) (Código Eleitoral), passa a vigorar com as seguintes alterações:

... “[Art. 326-B](#). Assediar, constranger, humilhar, perseguir ou ameaçar, por qualquer meio, candidata a cargo eletivo ou detentora de mandato eletivo, utilizando-se de menosprezo ou discriminação à condição de mulher ou à sua cor, raça ou etnia, com a finalidade de impedir ou de dificultar a sua campanha eleitoral ou o desempenho de seu mandato eletivo.

Pena - reclusão, de 1 (um) a 4 (quatro) anos, e multa.

Parágrafo único. Aumenta-se a pena em 1/3 (um terço), se o crime é cometido contra mulher:

I - gestante;

II - maior de 60 (sessenta) anos;

III - com deficiência.”

As alterações promovidas pela Lei nº 14.192/2021 ampliam os instrumentos para combate à violência contra a mulher e a à discriminação político-eleitoral contra as mulheres em todos os momentos relacionados ao exercício dos direitos políticos. Krook e Sanín (2016)

propõem uma ampliação do conceito de violência política de gênero, indo além da definição restrita presente em legislações como a boliviana, que se limita às dimensões física, sexual e psicológica. As autoras sugerem a inclusão das categorias simbólica e econômica, destacando que essas formas de violência se diferenciam por terem como objetivo central impedir a participação da mulher na política enquanto mulher.

A violência física inclui agressões corporais e sexuais; a psicológica abrange ameaças e danos emocionais; a econômica refere-se à limitação do acesso a recursos para dificultar ou inviabilizar a atuação política feminina; e a simbólica, ancorada em Bourdieu (2007), atua por meio de estereótipos e deslegitimação da presença da mulher na esfera pública. As autoras destacam ainda que esses tipos de violência podem se sobrepor e se manifestar de maneira difusa, oriundos tanto de atores políticos quanto da sociedade em geral.

Elas distinguem a violência política de gênero da violência eleitoral, argumentando que nem toda agressão durante o processo eleitoral é orientada por gênero. O que caracteriza a violência política de gênero é o ataque dirigido à mulher por sua condição de gênero, com a intenção de excluí-la do espaço político. Esse tipo de violência, portanto, não atinge apenas a vítima direta, mas envia uma mensagem de intimidação a todas as mulheres que buscam ocupar a esfera pública (Pinho, 2025).

Segundo estudo do Ministério Público nas eleições de 2024 (Taberti, Lunardelli, 2024), 58% das mulheres prefeitas (mandato de 2021-2024) afirmam ter sofrido assédio ou violência política pelo fato de ser mulher. Dessas, apenas metade registrou queixas ou boletim de ocorrência e cerca de 74% sofreram divulgação de informações falsas, 66% foram ataques de discurso de ódio nas redes sociais. A violência política de gênero, portanto, pode ser considerada um instrumento de obstrução de acúmulo de capital político. Sendo uma forma de controle e disciplinamento do acesso e permanência das mulheres no campo político (Matos, 2022).

Diante desse cenário, marcado por múltiplas formas de violência, pela desigualdade estrutural no acesso a recursos e pela reprodução de estereótipos que deslegitimam a atuação feminina, torna-se evidente que a paridade de gênero na política não será alcançada apenas com a igualdade formal de direitos. A persistência dessas barreiras impõe a necessidade de medidas estruturantes que assegurem não apenas o ingresso, mas a permanência e o pleno exercício do poder por parte das mulheres. É nesse contexto que se insere o debate sobre as políticas afirmativas, especialmente aquelas voltadas à implementação de cotas de gênero e à reserva de recursos para candidaturas femininas. As experiências nacionais e internacionais revelam que tais instrumentos, quando bem regulamentados e acompanhados de mecanismos

de fiscalização e incentivo, podem operar como estratégias eficazes de enfrentamento à exclusão política de gênero e de promoção de uma democracia verdadeiramente representativa.

1.4 Políticas Afirmativas na Legislação Eleitoral Brasileira e Experiências Internacionais de Cotas de Gênero

Mundialmente, a representação feminina nos parlamentos permaneceu estagnada em 27% (vinte e sete por cento) em 2024, revelando um ritmo lento de avanço na participação política das mulheres em âmbito global (IPU, 2024). Entre os 39 (trinta e nove) países com dados disponíveis, apenas 15 (quinze) registraram aumento no número de mulheres eleitas, enquanto 24 (vinte e quatro) apresentaram retrocessos. A análise desses resultados reforça o papel determinante das cotas de gênero como mecanismos de ação afirmativa. Nos países onde essas medidas são legisladas e aplicadas com rigor, o progresso é significativamente mais expressivo.

Um exemplo notável é a República Dominicana, que registrou um aumento de oito pontos percentuais na representação feminina após o endurecimento na aplicação das cotas eleitorais. Por outro lado, entre os 16 (dezesseis) países analisados que não adotam cotas legislativas, 12 (doze) apresentaram queda na participação de mulheres no parlamento, o que evidencia a importância estrutural dessas políticas para o avanço da igualdade de gênero na esfera política (Inter-Parliamentary Union, 2024).

A sub-representação feminina nos espaços legislativos tem motivado a adoção de políticas afirmativas em diversos países, onde as mulheres, apesar de serem maioria no eleitorado, ainda enfrentam barreiras estruturais para se eleger. As cotas de gênero, tanto para candidaturas, quanto para o financiamento de campanhas, emergem nesse contexto como instrumentos centrais para tentar equilibrar a balança da representatividade democrática. Segundo Eneida Desiree Salgado, Guilherme Athaides Guimarães, Eric Vinicius Lopes Costa Monte-Alto (2015, 157):

A dicotomia entre vida pública e vida privada foi marcada, ao longo da história até meados do século XX, predominantemente por uma situação de exclusão das mulheres da esfera pública. No Brasil, isto se deveu à reprodução de uma sociedade patriarcal, na qual o homem era considerado o sujeito capaz e habilitado a atuar publicamente, enquanto a mulher ficava restrita ao lar e à educação dos filhos. A constatação de que essa situação ainda se reproduz de maneira parcial na atualidade e de que – devido a terem sido historicamente excluídas tanto legalmente quanto

socialmente da vida pública – as mulheres se encontram sub-representadas no espaço política aponta para a necessidade de se adotar medidas de promoção da igualdade de gênero na política. Isto tomou forma mundialmente através de duas maneiras. A primeira é a adoção de cotas de representação, que estabelece um percentual mínimo de mulheres que devem concorrer nas eleições. Já a segunda é a implementação de cotas de legislatura, que reserva um número mínimo de cadeiras no parlamento para as mulheres.

A partir dos avanços normativos e da consolidação do constitucionalismo democrático contemporâneo, passa-se a reconhecer que a atuação estatal não deve se limitar à abstenção de práticas discriminatórias diretas, mas deve também incorporar uma postura ativa na promoção da igualdade de oportunidades. Assim, a concepção clássica de igualdade, entendida como igualdade formal, pautada na isonomia abstrata entre indivíduos, é relativizada diante das evidências de que a neutralidade legal, por si só, não é capaz de corrigir desigualdades historicamente construídas. Nesse contexto, ganha força o conceito de igualdade material ou substancial, que exige do Estado a formulação de políticas públicas, normas e instrumentos voltados à compensação das desvantagens estruturais enfrentadas por determinados grupos sociais.

A positivação da igualdade material implica o reconhecimento de que determinados sujeitos ou coletivos, como mulheres, pessoas negras, indígenas, pessoas com deficiência ou populações Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Queer, Intersexuais, Assexuais e demais orientações sexuais e de gênero (LGBTQIA+), enfrentam barreiras históricas, sociais e simbólicas que limitam sua plena inserção nas esferas de decisão e poder. Por essa razão, torna-se legítima, e muitas vezes necessária, a adoção de ações afirmativas e medidas especiais de caráter temporário, com o objetivo de acelerar a igualdade real entre os cidadãos. Como explicam Denise Friedrich, Lívia Maria Leite, Gabriela Graeff, (2023, p. 220):

Passa-se então a existir a concepção de que, além de não discriminar arbitrariamente, o Estado precisa gerar a igualdade material de oportunidades, lançando mão de políticas públicas e leis que levem em conta as peculiaridades dos grupos excluídos e/ou minoritários, compensando, dessa maneira, as disparidades derivadas do processo histórico e da sedimentação cultural.

Dessa forma, consolida-se um novo paradigma de igualdade no direito constitucional contemporâneo: para além da igualdade formal, emerge a igualdade positiva, aquela que requer do Estado ações concretas de inclusão, reparação e redistribuição.

No plano internacional, a igualdade política entre os sexos é reconhecida desde os primeiros marcos normativos do pós-guerra. A Declaração Universal dos Direitos Humanos

(ONU, 1948) e a Convenção sobre os Direitos Políticos da Mulher, adotada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 1954, consagraram o princípio da igualdade entre homens e mulheres no acesso aos direitos civis e políticos, exigindo dos Estados signatários a remoção de barreiras legais que impedissem a plena cidadania feminina.

No entanto, embora essas normas afirmem formalmente o direito à participação política, elas não previam mecanismos específicos para fomentar a presença efetiva de mulheres nos espaços de poder. Foi apenas com a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW), aprovada em 1979, que a Organização das Nações Unidas inaugurou uma agenda internacional voltada à promoção da igualdade material de gênero na vida pública e política.

A CEDAW não apenas reafirma o direito das mulheres ao sufrágio universal e ao exercício pleno da cidadania, mas inova ao estabelecer, em seu artigo 4º, a legitimidade da adoção de medidas especiais temporárias, como as ações afirmativas, para acelerar a igualdade de fato entre homens e mulheres. De forma expressa, a Convenção dispõe que tais medidas não serão consideradas discriminatórias e devem perdurar até que os objetivos de igualdade de oportunidades e tratamento tenham sido alcançados (ONU, 1979).

No mesmo sentido, a IV Conferência Mundial sobre a Mulher, realizada em Pequim em 1995, reforçou a necessidade da adoção de políticas afirmativas voltadas à ampliação da participação feminina nos processos de decisão política. A chamada Plataforma de Pequim propõe, entre outras medidas, o alcance de uma representação isonômica entre homens e mulheres em todos os postos governamentais e da administração pública; o estímulo aos partidos políticos para que promovam mulheres em cargos eletivos e de liderança interna; e a revisão crítica dos sistemas eleitorais vigentes, com vistas a corrigir eventuais distorções que comprometam a representatividade de gênero (Rezende, 2020):

O documento aponta ainda como causas da sub-representação das mulheres nos espaços de poder e tomada de decisões: a divisão sexual do trabalho, que aumenta os custos de participação feminina em tais arenas, a existência de estereótipos, atitudes e práticas discriminatórias, que atuam como barreiras à presença das mulheres em partidos políticos, órgãos governamentais, sindicatos e em cargos de direção no setor privado, o que termina por constriar o desenvolvimento das capacidades e habilidades associadas à liderança.

Tais compromissos internacionais produziram efeitos internos, contribuíram para que o legislador brasileiro reconhecesse, ainda que tardiamente, a necessidade de enfrentar a baixa representatividade das mulheres nos parlamentos. A partir dos anos 1990, diversas normas foram criadas com o objetivo de corrigir essas assimetrias.

No Brasil, a primeira iniciativa legislativa voltada para a promoção de candidaturas femininas foi a Lei nº 9.100/1995, que estabelecia um percentual mínimo de candidaturas de mulheres nas eleições municipais:

“Art. 11. Cada partido ou coligação poderá registrar candidatos para a Câmara Municipal até cento e vinte por cento do número de lugares a preencher.

§ 3º Vinte por cento, no mínimo, das vagas de cada partido ou coligação deverão ser preenchidas por candidaturas de mulheres.”

No entanto, como aponta Clara Araújo (2018), a redação ambígua da norma e a ausência de sanções fizeram com que a regra fosse amplamente descumprida, funcionando mais como uma diretriz simbólica do que como imposição efetiva. Esta lei foi posteriormente aprimorada pela Lei nº 9.504/1997, que instituiu a obrigatoriedade de um mínimo de 30% (trinta por cento) e máximo de 70% (setenta por cento) de candidaturas de cada sexo nas listas proporcionais dos partidos, estendendo-se às eleições proporcionais (vereadores, deputados estaduais e federais):

Art. 10. Cada partido poderá registrar candidatos para a Câmara dos Deputados, a Câmara Legislativa, as Assembleias Legislativas e as Câmaras Municipais no total de até 100% (cem por cento) do número de lugares a preencher mais 1 (um). ([Redação dada pela Lei nº 14.211, de 2021](#)).

3º Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação deverá reservar o mínimo de trinta por cento e o máximo de setenta por cento para candidaturas de cada sexo.

Por muito tempo, essa legislação teve baixa eficácia prática, pois os partidos se valiam de brechas legais ou apresentavam candidaturas fictícias apenas para cumprir a formalidade legal, lançando mão de mulheres sem qualquer apoio, financiamento ou intenção de campanha real, fenômeno conhecido como candidaturas-laranja (Nascimento, Moreira, 2019). A mudança mais relevante no sentido de conferir eficácia à norma veio com a Lei nº 12.034/2009, que substituiu o termo reservar por preencher, determinando que os partidos fossem obrigados a apresentar de fato o percentual mínimo de 30% de candidaturas de um dos sexos, sob pena de indeferimento do registro da chapa (Tavares, 2021). Estabelece em seu art. 10. § 3º que “Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação preencherá o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo.”

Ainda assim, os efeitos foram limitados: como demonstram dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o número de mulheres candidatas aumentou ligeiramente, mas manteve-se perto sempre dos 30% (trinta por cento). Além disso, não refletiu de maneira proporcional no número de eleitas, que hoje é 18% (dezoito por cento). Segundo Carlos

Ribeiro e Luciana Duarte (2020) segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral, dos 16.131 (dezesesseis mil, cento e trinta e um) candidatos que não receberam quaisquer votos em 2016, 14.417 (quatorze mil, quatrocentos e dezessete) eram mulheres.

Esse descompasso entre candidaturas e eleições revela que a reserva de vagas por si só não basta. Clara Araújo (2013) indica que, sem mecanismos complementares de incentivo e fiscalização, como cotas de financiamento, visibilidade na propaganda e democratização dos partidos, a política de cotas tende a produzir apenas efeitos simbólicos. Além disso, os partidos passaram a cumprir a exigência formal, mas não transformaram seus critérios de seleção, nem sua cultura política excludente. Nesse sentido, Clara Araújo (2013, p.18) ainda afirma:

Os partidos são muito pragmáticos. Candidaturas que dão voto são aceitas e até estimuladas. E por serem pragmáticos, a depender do tipo de sanção estabelecida, da relação custo\benefício, compensa não cumprir. Um exemplo é o caso da França que opera com listas fechadas e tem uma Lei de Paridade de candidaturas. Há na Lei de paridade indicações claras de multas para os partidos que não cumprirem as cotas. Algumas análises mostraram que para alguns partidos é politicamente preferível pagarem as multas e garantirem sua engenharia política a sacrificarem suas metas de eleição- isto é mais grave em sistemas mistos ou majoritários onde só um candidato por distrito será eleito. Em outros lugares, faz-se um cálculo do número de candidatos que se acha possível eleger e disto depende a ordem e a alternância.

Apesar dos avanços, a desigualdade de acesso ao financiamento de campanha tem sido reiteradamente identificada como uma das principais barreiras à entrada de mulheres na política. Marilda de Paula Silveira (2019) destaca que estudo realizado pela União Interparlamentar (2009) com 300 (trezentos) parlamentares apontou a escassez de recursos financeiros como um dos principais obstáculos à participação feminina. Essa constatação foi reafirmada pela ONU Mulheres em 2013, ao verificar que mais de 80% (oitenta por cento) dos entrevistados apontaram o financiamento como uma das maiores dificuldades enfrentadas pelas candidatas.

A partir de 2018, uma nova fase se iniciou com o reconhecimento, pela Justiça Eleitoral, da necessidade de estender as cotas também ao financiamento de campanhas e ao tempo de rádio e televisão. O Supremo Tribunal Federal, em 2018 decidiu, a partir da Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 5671/2018 que os recursos do Fundo Partidário destinado ao financiamento das campanhas eleitorais direcionadas às candidaturas de mulheres deve ser feita na exata proporção das candidaturas de ambos os sexos, respeitado o

patamar mínimo de 30% de candidatas mulheres previsto no artigo 10, parágrafo 3º, da Lei 9.504/1997 (Lei das Eleições) (STF, 2018). Esta decisão foi fundamental para conferir alguma efetividade à reserva de vagas, já que o acesso a recursos é uma das principais barreiras para a competitividade eleitoral das mulheres.

Em consonância com a decisão do STF, o Tribunal Superior Eleitoral, em 2018, em resposta à consulta formulada por um grupo de 14 parlamentares, 8 senadoras e 6 deputadas federais definiu que os partidos políticos deveriam, já para as Eleições 2018, reservar pelo menos 30% dos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha para financiar as campanhas de candidatas. Tal reserva deve ser também estendida em relação ao tempo destinado à propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão (TSE, 2018).

Com isso, o impacto da política começou a se tornar mais visível: nas eleições de 2018, o número de deputadas federais eleitas subiu de 51 (cinquenta e uma) para 77 (setenta e sete); em 2022, foram eleitas 91 (noventa e uma) mulheres, um recorde histórico, mas ainda insuficiente diante do fato de que as mulheres compõem 52,5% (cinquenta e dois inteiros e cinco décimos percentuais) do eleitorado brasileiro. Além disso, é importante destacar que grande parte desses mandatos ainda está concentrada em poucas legendas e sob perfis políticos específicos, como mulheres ligadas a lideranças masculinas ou dinastias políticas, o que revela limitações de autonomia e diversidade na representação (Almeida, 2019).

Com o advento da Emenda Constitucional n.º 117/2022 essas alterações significativas tomaram lugar no ordenamento jurídico-eleitoral brasileiro ao reforçar a obrigatoriedade da promoção da participação política das mulheres por meio dos partidos. Em seu primeiro artigo, a EC n.º 117/2022 modificou o art. 17 da Constituição Federal, nele introduzindo um parágrafo que impõe aos partidos políticos o dever de aplicar, no mínimo, 5% (cinco por cento) dos recursos do fundo partidário na criação e manutenção de programas que visem à promoção e difusão da participação política das mulheres, respeitando os interesses e a autonomia interna das legendas, conforme a Constituição Federal de 1988 (Brasil, 1988):

Art. 17. É livre a criação, fusão, incorporação e extinção de partidos políticos, resguardados a soberania nacional, o regime democrático, o pluripartidarismo, os direitos fundamentais da pessoa humana e observados os seguintes preceitos: [...]

§ 7º Os partidos políticos devem aplicar no mínimo 5% (cinco por cento) dos recursos do fundo partidário na criação e na manutenção de programas de promoção e difusão da participação política das mulheres, de acordo com os interesses intrapartidários.

§ 8º O montante do Fundo Especial de Financiamento de Campanha e da parcela do fundo partidário destinada a campanhas eleitorais, bem como o tempo de propaganda gratuita no rádio e na televisão a ser distribuído pelos partidos às respectivas candidatas, deverão ser de no mínimo 30% (trinta por cento), proporcional ao número de candidatas, e a distribuição deverá ser realizada conforme critérios definidos pelos respectivos órgãos de direção e pelas normas estatutárias, considerados a autonomia e o interesse partidário.

Estabelecendo, na Constituição, que o montante do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) destinado às campanhas, bem como o tempo de propaganda gratuita no rádio e na televisão, deverá respeitar o mínimo de 30% (trinta por cento) para candidaturas femininas, sendo essa proporção obrigatoriamente ampliada caso o percentual de candidatas seja superior a esse limite.

Contudo, um dos aspectos mais controversos da Emenda foi a concessão de anistia aos partidos políticos que, até a sua promulgação, em 4 de abril de 2022, não destinaram corretamente os valores mínimos às candidaturas femininas e negras. Nos termos da nova redação, ficam afastadas sanções como devolução de valores, aplicação de multas ou suspensão de cotas do fundo partidário para legendas que descumpriram a norma anteriormente vigente. Ainda, os partidos foram autorizados a reutilizar em eleições futuras os recursos não aplicados nos programas de promoção da participação política das mulheres, ou aqueles não reconhecidos pela Justiça Eleitoral. Tal anistia ofende diretamente à constituição visto que tais ferramentas se inserem numa política de ação afirmativa, tão necessárias frente às dificuldades enfrentadas por mulheres na política. Segundo Gonçalves (2019), “As razões para isso são a misoginia das estruturas partidárias e, notadamente, de suas direções. Deixadas à própria conta, essas instâncias lançam apenas candidatos homens; se lançam mulheres, é em menor número; quando lançam, não financiam”.

A expressão “proporcional ao número de candidatas” visa assegurar que, ao lançar mais de 30% (trinta por cento) de mulheres candidatas, os partidos ampliem proporcionalmente os recursos e o tempo de mídia a elas destinados. A distribuição dos recursos, contudo, permanece submetida a critérios definidos pelos órgãos diretivos das legendas e suas normas estatutárias, o que, embora respeite o princípio da autonomia partidária, pode manter entraves internos à equidade na distribuição.

A aprovação dessa anistia legislativa gerou críticas no meio acadêmico e entre entidades de defesa dos direitos das mulheres, que a interpretaram como uma medida de enfraquecimento dos mecanismos de indução da igualdade de gênero nas disputas eleitorais. Como observa Flávia Biroli (2010), o cumprimento meramente formal das cotas e da destinação de recursos não assegura, por si só, a efetiva inclusão das mulheres na política, sendo necessário monitoramento rigoroso e responsabilização por eventuais desvios. A anistia, nesse sentido, sinaliza uma inversão da lógica normativa: em vez de fortalecer as ações afirmativas, relativiza seus efeitos práticos.

Segundo Marilda de Paula Silveira (2019) os desafios à equidade de gênero no sistema político permanecem. Dados das eleições municipais de 2016 mostram que, no caso das candidaturas a vereador, a média de arrecadação dos homens foi de R\$ 8.286,00 (oito mil, duzentos e oitenta e seis reais), enquanto as mulheres arrecadaram, em média, R\$ 4.568,00 (quatro mil, quinhentos e sessenta e oito reais). Além disso, os partidos destinaram 30% (trinta por cento) mais recursos aos candidatos homens em relação às candidatas. Até mesmo no Partido da Mulher Brasileira (PMB), os homens receberam cerca de 42% (quarenta e dois por cento) a mais de recursos. Apenas quatro partidos, PSD, PTB, PPS e Novo, destinaram proporcionalmente mais recursos às mulheres (TSE, 2016).

Além da questão financeira, as mulheres também enfrentam obstáculos no interior dos próprios partidos, que se manifestam na baixa indicação de candidaturas majoritárias femininas, na invisibilidade em campanhas e na marginalização nos espaços de poder interno das agremiações. Tais barreiras são de ordem sistêmica, cultural e institucional. No plano sistêmico, há uma limitação estrutural do número de cargos disponíveis, o que reduz as chances de acesso ao poder (Monteiro, 2018). No plano cultural, a sociedade brasileira ainda opera sob uma lógica patriarcal, que associa a mulher ao espaço privado e ao cuidado, dificultando seu reconhecimento como agente político legítimo. No plano institucional, observa-se a resistência dos partidos em promover mulheres a cargos de destaque, tanto nos diretórios quanto nas chapas eleitorais.

Estudos indicam ainda que candidatos com capital político anterior à eleição da Câmara dos Deputados, por exemplo, implica em maiores chances de sucesso eleitoral (Alves, Sacchet, Matheus, 2017). Salienta-se que por capital político compreende-se a eleição em outros cargos em câmaras municipais, estaduais, etc. Nesse sentido (Alves, Sacchet, Matheus, 2017, p.10):

Assim, embora as mulheres tenham índices altos de capital social por serem ativas em diferentes tipos de organizações e movimentos sociais (SACCHET, 2009), elas têm baixo índice de capital político (tomado aqui de forma restrita, como sinônimo de experiência no exercício de cargos públicos). Também parece evidente, conforme demonstrado na tabela acima, a importância que o capital político tem no processo de seleção de candidatos, o que, pelos motivos apenas explicitados, acaba favorecendo os homens.

Desta maneira, as mulheres enfrentam barreiras na distribuição dos recursos mesmo com a definição do direcionamento do FEFC para mulheres candidatas. Os partidos tendem a direcionar os recursos partidários prioritariamente para os candidatos mais competitivos. Visto que mulheres tendem a ter menos capital político, pelo histórico de distanciamento e exclusão de mulheres em espaços de poder, não são priorizadas na distribuição do recurso. Outro

fenômeno a ser observado é a forma do recebimento dos recursos. Estudos indicam que (Alves, Sacchet, Matheus, 2017, p.5):

Esse recurso chegou mais tarde para muitas candidatas; foi muitas vezes repassado na forma de material de campanha sem que elas tivessem condições efetivas de fazer a sua distribuição; foi passado para as candidatas mediante acordo prévio de que parte dele seria devolvido para o partido; foi destinado candidaturas majoritárias disputadas por mulheres (na maioria das vezes na posição de vice); dentre outros aspectos que tornaram a regra menos efetiva para promover as mudanças esperadas (FERREIRA, 2021; SACCHET, 2020; WYLIE et al 2019).

Assim, a presença feminina na política brasileira continua condicionada a uma série de entraves que provavelmente não serão superados apenas por meio de dispositivos legais formais. A superação da sub-representação exige ações estruturais, fiscalização rigorosa da legislação existente e transformação das práticas internas dos partidos. Além de um compromisso político efetivo com a equidade de gênero será possível transformar o sistema político em um espaço verdadeiramente inclusivo e representativo.

É possível afirmar que a reserva de candidaturas foi um passo necessário, mas longe de ser suficiente. Seu impacto no Brasil foi inicialmente mitigado por práticas fraudulentas, ausência de sanção e falta de suporte institucional (Almeida, 2019; Andrade, 2020). Somente quando atrelada a mecanismos financeiros obrigatórios e à responsabilização partidária é que a política começou a mostrar efeitos mais robustos sobre a composição do legislativo. A experiência brasileira revela, portanto, que o sucesso das cotas depende de uma engenharia institucional coerente, de fiscalização ativa e de vontade política real por parte dos partidos.

No contexto internacional, experiências distintas demonstram os impactos variados das cotas. Países como Ruanda, África do Sul e Bolívia apresentam resultados expressivos na inclusão de mulheres em seus parlamentos, ultrapassando inclusive os 40% (quarenta por cento) de cadeiras ocupadas por mulheres (Monteiro, 2018). Em geral, esses países adotaram cotas de assentos reservados ou cotas legislativas obrigatórias, que diferem do modelo brasileiro baseado em candidaturas mínimas. Como destaca a literatura especializada, os sistemas proporcionais com listas fechadas e alternância de gênero têm se mostrado mais eficazes para ampliar a presença feminina.

Na América Latina, segundo Bárbara Lopes Campos e Luisa Novais Toledo (2016), diversos países avançaram com legislações específicas. A Argentina, por exemplo, foi pioneira com a Lei de Cotas de 1991 e, posteriormente, com a Lei de Paridade de Gênero de 2017, que exige alternância de gênero nas listas eleitorais. No México, a exigência de paridade total foi incorporada à Constituição em 2014, e medidas severas foram implementadas para coibir fraudes. Já o Brasil ainda enfrenta obstáculos internos, como a

resistência dos partidos políticos em promover candidaturas femininas viáveis e a fragilidade dos mecanismos de fiscalização.

Importante destacar que, conforme apontado pela ONU, o ideal mínimo para que as mulheres exerçam influência significativa nas casas legislativas é de 30% (trinta por cento) dos assentos. No entanto, a média global ainda é inferior a isso, e no Brasil, em 2022, a presença feminina na Câmara dos Deputados foi de apenas 18% (dezoito por cento), apesar de ter alcançado um número recorde de deputadas eleitas.

Clara Araújo aponta que o acesso ao financiamento é uma das principais variáveis que determinam a viabilidade eleitoral das candidaturas femininas. O subfinanciamento, as transferências tardias de recursos, a baixa visibilidade nas chapas e o acesso limitado aos meios de comunicação tornam a competição desleal. Além disso, os partidos ainda operam com critérios opacos e, muitas vezes, excludentes na escolha das candidaturas prioritárias.

Em suma, o avanço das ações afirmativas com perspectiva de gênero, no Brasil, é inegável, mas ainda insuficiente. A política de cotas de gênero e a de financiamento precisa, estar articuladas com medidas mais amplas, tais como as reformas nos sistemas partidários, a punição efetiva para fraudes e o fortalecimento da cultura democrática da inclusão. As experiências internacionais demonstram que onde há compromisso político e institucional com a equidade, os resultados são mais expressivos. No próximo capítulo, será analisado como as redes sociais, em meio à era da conexão digital, apresentam-se como arenas tanto de potencial emancipador quanto de novos desafios à visibilidade e à integridade das candidaturas femininas.

A partir da discussão acima, há que se fazer um importante destaque para os sistemas eleitorais. No Brasil, são aplicados dois sistemas existentes, o majoritário e o proporcional. Segundo José Jairo Gomes (2011, p.16):

o sistema majoritário é aquele em que vence a eleição o candidato que obtiver a maioria dos votos. Considera-se, nesse caso, maioria, tanto a absoluta, que compreende a metade dos votos dos integrantes do corpo eleitoral mais um voto, quanto a relativa (também chamada de simples), que considera eleito o candidato que alcançar o maior número de votos em relação aos seus concorrentes.

Esse sistema é utilizado conforme preveem os arts. 46, *caput*, e 77, § 2º, da Constituição Federal, para eleição de membros do Senado Federal e do Poder Executivo. Já para a Câmara dos Deputados (além de deputados estaduais, distritais e vereadores), objeto de pesquisa da atual pesquisa, é utilizado o sistema proporcional. De acordo com Thales e Camila Cerqueira (2011, p 141):

é aquele em que a representação se dá na mesma proporção da preferência do eleitorado pelos partidos políticos. Tal espécie é capaz de refletir os diversos pensamentos e tendências existentes no meio social, já que possibilita a eleição de quase, se não todos, os partidos políticos, observadas as suas representatividades.

O sistema proporcional pode se concretizar com a forma de lista aberta, ou fechada. No Brasil é utilizada a lista aberta. Nesse sistema, os eleitores votam diretamente nos candidatos que querem eleger, no de lista fechada o eleitor vota no partido político que seleciona os candidatos que ocuparão os mandatos eletivos (RAMAYANA, 2011).

A apresentação dos possíveis sistemas eleitorais se torna relevante pois um dos componentes essenciais para a eleição proporcional de mulheres em demais países da América Latina, como no caso da Argentina ocorre a partir de listas fechadas. Segundo Christine da Silva e Letícia Aguiar (2020, p. 16):

Além das cotas eleitorais e do sistema eleitoral adotado, é necessário também analisar algumas variáveis fundamentais dos sistemas eleitorais, mais especificamente o elemento intrínseco de estrutura do boletim de voto, que vem definindo o papel e a liberdade do eleitor em escolher seus candidatos. Atualmente, no Brasil, tem-se as listas partidárias abertas, que constituem um sistema proporcional no qual os eleitores votam em partidos e na ordem de candidatos na lista de cada partido, sendo um voto pessoal e único, dando a falsa percepção para o eleitor de que este está votando no candidato escolhido. Porém, o ideal, para se alcançar maior representatividade feminina seriam as listas partidárias fechadas, em que o partido apresenta aos eleitores uma lista fechada de candidatos que são ordenados crescentemente e o eleitor vota na lista de cada partido. Serão eleitos os candidatos da lista de forma proporcionalmente a quantidade de votos que o partido recebeu. No entanto, neste sistema há um risco de apenas os candidatos que estão no topo da lista se elegerem. Para evitar essa situação, diversos países, como Bélgica e Argentina, adotaram um sistema de “cota dupla”, com regra de alternância de gênero, que além de o sistema eleitoral utilizar as cotas para exigir que as mulheres estejam dentro das listas, exigem também que essas mulheres não fiquem sempre no final da lista, tendo em vista que isso dificultaria as chances elas se elessem.

Em diversos países em que se estabelecem as cotas eleitorais duplamente, há o avanço de mulheres. Apesar das cotas de financiamento serem um grande avanço, as mulheres ainda enfrentam desafios complexos para sua eleição. Segundo Clara Araújo (2014, p.13):

No âmbito dos fatores relacionados acima, tudo indica que os tipos de financiamento tendem a operar como dimensão maior do problema quando articulados à lista aberta e em comparação a forma de lista fechada. E isto, sem dúvida, tem impacto sobre as cotas. Ou seja, numa lista com sanção e mandato de posição previamente definida, o papel do financiamento para o indivíduo\candidato não irá contar tanto como na lista aberta onde todos os indivíduos tem que buscar parte substancial de seus recursos. Tal hipótese pode ser aventada em razão das características rapidamente mencionadas acima. Somem-se a isto, os custos de campanhas em um país com dimensões continentais como o Brasil e as suas condições socioeconômicas desiguais e não é difícil entender, mesmo sem demonstrações numéricas, o porquê de se tornar um empreendimento mais complexo para a maior parte das mulheres que potencialmente poderiam querer ser candidatas.

A partir dessa análise inicial do histórico de mulheres na política e das políticas afirmativas para candidaturas de mulheres, será apresentado o novo componente da disputa eleitoral nas últimas eleições, as redes sociais. Tal contextualização será essencial para compreender o possível impacto das redes nas últimas eleições, bem como, avançar na compreensão do espaço que mulheres ocupam nas redes sociais.

Por fim, é inviável realizar o debate acerca das políticas afirmativas se não for aborçada a supremacia masculina no âmbito dos partidos políticos. Seja na ocupação dos cargos eletivos ou comissionados e na condução de partidos. Tal fato reflete em decisões políticas, dentro e fora dos parlamentos que favorecem aos interesses masculinos, materializando-se por meio dos discursos, articulações, e apoios políticos e econômicos que definem suas próprias candidaturas, sobretudo em chapas majoritárias (da Silva, 2022). Esta perspectiva é necessária pela compreensão da política simbólica contra as mulheres. Segundo Iris Marion Young (2000) e Pierre Bourdieu (1998;2002) é uma forma de expressão do poder simbólico que constitui uma modalidade sutil, mas eficaz, de relações de poder baseada em estruturas sociais de comunicação. É um tipo de violência que se exerce por meio da “cumplicidade” entre quem a sofre e a prática. Emerge das relações de poder desiguais e assimétricas estabelecidas entre homens e mulheres. Tal violência, principalmente no âmbito da política, tem como o objetivo a manutenção dos padrões (homens brancos) na ocupação dos cargos e no exercício do poder político (da Silva, 2022).

Ante o exposto, é possível compreender que as políticas afirmativas apesar de apresentarem grande avanço formal, não conseguem, por si só, viabilizar a equidade e a paridade de gênero em contextos eleitorais. Sendo assim, é necessária também a educação emancipadora para a população a fim de que compreendam mulheres como aptas a exercerem mandatos eletivos e ocuparem espaços de poder. Nesse sentido, Salette da Silva afirma (2022, p.76):

Destarte, e como forma de enfrentamento ao referido problema, considerando todo o exposto, aliado ao reconhecimento de que não temos uma sistemática e confiável produção de dados sobre violência política contra as mulheres em nosso país, faz-se necessário a elaboração de pesquisas e produção de estatísticas sobre o fenômeno, notadamente sobre a violência simbólica que, lamentavelmente não foi contemplada na recente legislação sobre o tema, mas poderia ter sido, conforme fez o México, através de reforma legislativa realizada em 2021.

Ante o exposto, compreende-se que, embora as políticas afirmativas tenham representado avanços importantes na promoção da equidade de gênero, sua efetividade ainda é limitada por barreiras estruturais profundas, como o financiamento desigual, o controle

patriarcal dos partidos e a própria lógica do sistema eleitoral vigente. O modelo de lista aberta adotado no Brasil intensifica essas desigualdades, pois transfere ao indivíduo a responsabilidade por construir sua visibilidade e arrecadar recursos, favorecendo candidaturas com maior capital político, econômico e midiático, espaços historicamente negados às mulheres. Nesse cenário, as redes sociais digitais passaram a desempenhar um papel ambivalente: por um lado, oferecem canais de comunicação direta com o eleitorado, permitindo maior autonomia narrativa e alcance para candidaturas que, de outro modo, seriam invisibilizadas nos meios tradicionais; por outro, funcionam como arenas desreguladas em que a violência política de gênero se manifesta de maneira intensa, viral e muitas vezes impune.

A ascensão das redes sociais na disputa eleitoral contemporânea não apenas reconfigurou as estratégias de campanha, mas também deslocou parte do poder político para plataformas privadas, regidas por algoritmos e lógicas de engajamento que nem sempre favorecem a pluralidade ou a equidade. Para mulheres em contextos de sub-representação, esses ambientes podem significar tanto uma oportunidade inédita de projeção quanto um campo hostil de exposição ao assédio, à desinformação e à deslegitimação simbólica. O Capítulo 2, portanto, propõe analisar como essas plataformas interferem nas dinâmicas democráticas e quais os efeitos concretos da atuação digital sobre a performance eleitoral de candidatas à Câmara dos Deputados em 2022. A partir de dados empíricos e da literatura especializada, será investigado o duplo papel das redes: enquanto ferramentas de inclusão e ampliação da participação feminina, mas também como reprodutoras das mesmas desigualdades que permeiam a política tradicional.

CAPÍTULO 2 – DEMOCRACIA E REDES SOCIAIS E RECORTE DE GÊNERO

Os dados apresentados No capítulo anterior nos mostram três constatações fundamentais: as mulheres são maioria da população brasileira e do eleitorado, mas representam apenas cerca de 34% (trinta e quatro por cento) das candidaturas e 18% (dezoito por cento) dos eleitos na Câmara dos Deputados nas eleições gerais de 2022; historicamente, mulheres são excluídas e desestimuladas a disputarem espaços institucionais; e enfrentam dificuldades estruturais para acessar e permanecer na política, incluindo o subfinanciamento de suas campanhas e a violência política de gênero.

Diante desse cenário, este capítulo busca refletir sobre o papel que as redes sociais têm desempenhado no contexto da política contemporânea, especialmente para as mulheres. Se

por um lado essas plataformas podem representar uma porta de entrada para candidaturas com pouco acesso a recursos tradicionais de campanha, por outro, elas também operam como arenas de disseminação de desinformação, polarização e ataques misóginos. Assim, trata-se de compreender o potencial duplo das redes sociais como instrumento de democratização e como ameaça à integridade dos processos eleitorais e à própria democracia.

2. CAPÍTULO 2. A ERA DA CONEXÃO E O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA POLÍTICA

O uso de tecnologias tem influenciado constantemente o cotidiano de seres humanos ao redor do mundo. A maneira como nos comunicamos, consumimos arte, fazemos compras, estudamos e nos relacionamos, dentre outros aspectos da vida cotidiana, têm sido alvo de constante modificação dados os avanços tecnológicos. Hoje em dia, estamos vivendo a 4ª revolução industrial. Segundo Silvia Barona (2019), esse momento é caracterizado pelos rápidos avanços tecnológicos nos mais variados setores.

Essas tecnologias têm se expandido rapidamente através do uso da internet de maneira massiva em todo o mundo. No Brasil, em 2023, segundo o IBGE (2024), 92,5% (noventa e dois inteiros e cinco décimos percentuais) dos domicílios tinham acesso à internet. Em relação a aparelhos celulares, 96,7% (noventa e seis inteiros e sete décimos percentuais) tinham acesso. Ou seja, a grande maioria da população brasileira está conectada e recebendo informações via internet diariamente, segundo a mesma pesquisa, em 2023 94,3% (noventa e quatro inteiros e três décimos percentuais) dos brasileiros.

As principais finalidades de uso da internet pelos brasileiros, segundo a pesquisa (IBGE 2023) são conversas por chamadas de voz ou vídeo (94,6%); enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos (91,1%); assistir a vídeos (87,6%); usar redes sociais (83,5%); ou músicas, rádio ou podcast (82,4%); ler jornais notícias, livros ou revistas pela internet (69%); acessar bancos (66,7%), enviar ou receber e-mails (60,5%).

Esses números ilustram a função da tecnologia em nossas vidas, todas as funções que realizamos de maneira analógica como comprar jornais ou ir ao banco, além de ligações e envio de mensagens, hoje são realizadas por intermédio da internet. Além disso, as maneiras de obter informações mudaram, hoje, ao invés de ler um jornal para se informar, posso me informar rolando o *feed* do *instagram*, ou através de uma mensagem no whatsapp.

A informação é mais diluída e nem sempre tão qualificada. Se antes, a informação

para ser considerada verídica precisava passar por um editorial para que a maior parte da população assim a compreendesse, hoje ela é transmitida por mensagens de whatsapp sem a menor confirmação de veracidade.

Sendo assim, com essa presença significativa da tecnologia e de redes sociais no dia a dia da população, essas plataformas significam um importante espaço para o debate político, seja em momento eleitoral, ou não. Uma pesquisa do DataSenado (2019) mostrou que 45% (quarenta e cinco por cento) da população tem seu voto influenciado pelas redes sociais. Por isso, os candidatos investem cada vez mais em anúncios e propagandas nas redes sociais, além de marcarem sua presença nas redes durante o ano todo com plataforma para difundir suas ideias e objetivos, além de opiniões.

Essas plataformas são importantes para amplificar e dar espaço para pautas e pessoas que talvez tradicionalmente não tivessem o destaque merecido, por falta de orçamento, tempo de televisão, dentre outros. Por outro lado, têm sido utilizadas como meio para influenciar opiniões e espalhar desinformação e conteúdo de ódio. Esses potenciais têm sido objeto de estudo de pesquisadores ao redor do mundo nos últimos anos. Além destes, membros dos poderes legislativo, executivo e judiciário, nos mais diversos países, têm se debruçado acerca da possibilidade de regulação para garantir a paridade nos processos eleitorais com o uso das plataformas.

Casos emblemáticos já foram relatados acerca do uso das redes sociais para prejudicar ou beneficiar um lado nas eleições. Em 2008, muito antes das redes sociais ocuparem espaço em nossas vidas da maneira que ocupam hoje, o candidato à presidência dos Estados Unidos da América (EUA), Barack Obama, já as usava a seu favor. De acordo com Jennifer Aaker e Veictoria Chang (2009), ele foi capaz de angariar 5 milhões de apoiadores em 15 (quinze) redes sociais diferentes do *Facebook* ao *myspace*. Sua campanha enviou de 8.000 (oito mil) a 10.000 (dez mil) mensagens de e-mail, segmentadas para públicos específicos.

Essa primeira experiência já indicava como seria o jogo político a partir deste momento. A forte influência das redes sociais em nosso cotidiano seria também representada nas esferas eleitorais. Pesquisa da organização Pew Research (2008) já indicava que a atividade nas redes sociais e sites se transformariam em parte essencial de campanha nos ciclos eleitorais.

A campanha nas redes sociais se tornou uma ferramenta comum para angariar votos e difundir mensagens para disputar as eleições. Todavia, nesse primeiro momento, não havia ainda o alerta referente à possibilidade do uso das redes para a disseminação de informação falsa ou discurso de ódio. Apesar de usar as tecnologias a seu favor, o então candidato não

utilizou a campanha online de maneira invasiva. Em um primeiro momento, portanto, o uso de redes sociais para campanhas eleitorais não incidiu em violação de privacidade dos eleitores.

Em 2012, ao disputar a reeleição, porém, as estratégias de campanha do ex-presidente dos EUA, Barack Obama, foram outras. O time do candidato construiu um enorme banco de dados que combinava os dados do *Facebook* para alcançar possíveis votantes, de maneira nunca antes vista (Ikegami, 2012). A partir do uso de ferramentas, os votantes, ao acessarem as redes da campanha, poderiam se unir e entregar seus dados pessoais. A partir desse acesso, às informações das pessoas eram coletadas, como idade, endereço, dentre outros. Também eram identificados círculos de amizades e pessoas mais influentes, que eram identificadas como líderes. O objetivo da campanha era persuadir pela interação. Essas estratégias foram utilizadas de diversas formas e em diversas campanhas, porém há que se levar em conta o volume mais massivo de usuários das redes e o avanço das plataformas, de maneira ainda mais nociva e rápida.

No Brasil, o uso das redes sociais para disputa política eleitoral, não demorou a ocorrer. Nas eleições de 2010, houve um uso tímido de redes sociais por candidatos, mas as redes sociais ainda não ocupavam espaço no dia-a-dia, e nas estratégias dos candidatos às eleições brasileiras. Porém, em 2013 mais de 105 (cento e cinco) milhões de brasileiros já usavam as redes sociais (52% da população) (IBOPE, 2014). Sendo assim, o uso das redes sociais se mostrava cada vez mais promissor como ferramenta para disseminação de mensagens em épocas de campanha, ou não.

Um estudo da Fundação Getúlio Vargas (2017), mostrou que durante as eleições de 2014 centenas de robôs foram usados para compartilhar conteúdo das campanhas oficiais. Nesse primeiro momento, porém, os robôs foram mais utilizados para compartilhar conteúdos positivos dos candidatos.

Porém, inverdades foram disseminadas nessas eleições também. De maneira mais incisiva que nas eleições anteriores, porém, não comparado ao que seria as eleições de 2018. Segundo Tatiana Maria Silva Galvão Dourado (2020, p.4), foram disseminadas notícias falsas, sobre os mais diversos candidatos e atores políticos:

Entre as mais populares, estiveram aquelas que apontavam que as urnas não estavam aceitando votos no número 45, do PSDB; que o deputado Jean Wyllys chamou pastores de palhaços; que Rousseff era homossexual e cobrava pensão de amante; que Neves bateu em namorada em festa; que o PT enviou ao Brasil 15 mil haitianos para votar; que Lula era dono da Friboi (indústria de carne) (MATSUKI, 2014a) ou que o doleiro Alberto Yousseff foi achado morto em crime encomendado pelo PT

(MATSUKI, 2014b). O candidato do PSDB gravou vídeo direcionado a grupos no WhatsApp para divulgar o site *aeciodeverdade.com*, por onde sua base eleitoral poderia obter informação para ajudá-lo a desmentir mentiras (CASTRO, 2014). Já a candidata do PT repetia em comícios que a “verdade iria vencer a mentira” (PERES; JUBÉ, 2014) ou que havia “muito ódio e mentira” nas eleições (BRITTO, 2014).

No mesmo ano, 2014, na Índia acontecia a eleição de Narendra Modi. O candidato utilizou-se também das redes sociais como estratégia de difundir suas mensagens. A estratégia consistiu na disseminação de conteúdos polarizadores. Essa eleição é frequentemente citada como um dos primeiros casos em que *bots* (programa de computador projetado para imitar ou substituir as ações de um ser humano executando tarefas automatizadas ou repetitivas), informações falsas e campanhas de desinformação começaram a moldar ativamente os rumos das eleições. Além de usar a tecnologia em sua campanha, ao ser nomeado Primeiro Ministro, continuou ativo, frequentemente se comunicava com seus seguidores em redes sociais (Rodrigues, Niemann, 2017).

Internacionalmente, o ano que pode significar a virada de chave do poder das redes sociais como ferramenta eleitoral e seu possível impacto nas democracias ao redor do mundo foi 2016. Não à toa, a palavra eleita pelo dicionário Oxford para representar esse ano foi “pós-verdade”. Segundo o dicionário, é um adjetivo que “relacionado a ou denotando circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal” (Oxford, 2016).

Em 2016, ocorreram três fatos que indicaram a instabilidade das democracias perto dos efeitos das redes sociais e dos algoritmos quando utilizados de maneira estratégica: a eleição de Donald Trump nos EUA, o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff no Brasil e a saída do Reino Unido da União Europeia. Esses três processos foram moldados pela narrativa construída e entregue à população através de algoritmos, principalmente os de perfilamento.

Em relação ao *impeachment*, as redes sociais exerceram papel central não só na construção da narrativa, mas também na divulgação de atos de mobilização de movimentos sociais. Além da narrativa construída pela mídia tradicional ao redor dos fatos e da divulgação de conteúdos de maneira rápida pelas redes sociais, movimentos pró e contra a medida foram divulgados pelas redes para angariar apoiadores e mobilizar a base interessada (Galinari, 2017).

Em relação aos outros dois eventos, apesar de terem acontecido em 2016, só foram revelados em 2018. O escândalo da *Cambridge Analytica*, como é popularmente conhecido, foi um dos casos mais emblemáticos da manipulação de dados pessoais para influenciar

eleições (Boldyreva, Grishina, Duisembina, 2018). A *Cambridge Analytica* era uma empresa britânica de análise de dados que trabalhou em campanhas políticas, incluindo a eleição presidencial de Donald Trump em 2016 e o referendo do *Brexit* no Reino Unido.

O escândalo veio à tona após denúncias de que a empresa havia obtido, de maneira não autorizada, os dados pessoais de aproximadamente 87 (oitenta e sete) milhões de usuários do Facebook. Esses dados foram coletados por meio de um aplicativo chamado "*This Is Your Digital Life*", desenvolvido por Aleksandr Kogan, um pesquisador da Universidade de Cambridge. O aplicativo era apresentado como um quiz de personalidade, mas, ao ser instalado, ele coletava não apenas as informações de quem o utilizava, mas também os dados dos amigos dessas pessoas no Facebook, sem o consentimento deles.

A *Cambridge Analytica* usou esses dados para criar perfis psicológicos detalhados dos eleitores, permitindo segmentar mensagens e anúncios políticos de forma altamente personalizada (Heawood, 2018). A ideia era influenciar as emoções e os comportamentos dos usuários, direcionando propagandas específicas para cada grupo, com o objetivo de reforçar opiniões, polarizar debates e estimular ações favoráveis aos clientes da empresa. Por exemplo, eleitores indecisos eram bombardeados com anúncios que exploravam seus medos ou crenças, direcionando-os a tomar determinadas decisões.

Esse caso revelou como grandes empresas de tecnologia, como o *Facebook*, falharam em proteger a privacidade dos usuários e abriu um debate global sobre o uso ético de dados pessoais, manipulação digital e a integridade das democracias. Como consequência, o *Facebook* foi multado em bilhões de dólares por violações de privacidade, e a *Cambridge Analytica* encerrou suas operações em 2018 (Pozzi, 2019) mas o impacto de suas práticas continua sendo sentido, alimentando discussões sobre regulação e transparência no uso de dados online.

Em 2018, as eleições brasileiras foram marcadas pelo uso de redes sociais para disseminação de notícias falsas (Zaganelli, Maziero, 2021). Jair Bolsonaro, o ganhador da disputa, inclusive evitou espaços tradicionais de mídias, como os debates, e fez uma campanha com forte estratégia nas redes sociais, mobilizando sua base através de mentiras (Pasquini, 2019).

Essa estratégia de campanha se fortaleceu nas eleições seguintes no Brasil e nos mais diversos países. Na Índia, durante as eleições gerais de 2019, as redes sociais foram amplamente utilizadas. Narendra Modi e seu partido, o BJP, usaram essas plataformas para promover discursos nacionalistas e impulsionar sua imagem como líder (Duchiade, 2020). Contudo, houve denúncias de uso de notícias falsas para manipular eleitores e inflamar

tensões religiosas e políticas (G1, 2019). O controle de narrativas online ajudou a consolidar a reeleição de Modi, destacando o poder das redes sociais em uma das democracias mais populosas do mundo. Além do alto uso, um estudo do *Wall Street Journal* indicou que a rede social havia favorecido o partido do candidato, ao ignorar o discurso de ódio promovido (Horwitz, Purnell, 2020).

Sobre as redes sociais em período eleitoral no Brasil, Catarina Helena Cortada Barbieri, Luciana de Oliveira Ramos, Ivan Osmo Mardegan, Juliana Fabbron Marin Marin (2021, p. 661):

No Brasil, o uso de redes sociais em campanhas eleitorais ainda está em processo de consolidação. Braga e Carlomagno (2018) sistematizam a literatura acerca do uso da internet em campanhas eleitorais no país e, com base nessa sistematização, indicam momentos de suma importância para a compreensão do uso das tecnologias digitais no processo eleitoral brasileiro, entre os quais destacamos quatro: os anos de 1998, 2010, 2012 e 2014. De acordo com os autores, as primeiras experiências de uso da internet em campanha eleitoral ocorreram em 1998, a partir da utilização de websites pelos candidatos. O uso da web foi se tornando mais avançado com o passar das eleições, aumentando o número de candidatos à presidência que começaram a utilizá-la; além disso, a interatividade dos websites também passou por transformações. A partir de 2010, cessaram as restrições relacionadas ao uso das mídias sociais no Brasil, restrições essas criadas nas eleições de 1998. Após a queda dessas limitações, nas eleições de 2012 o Facebook começou a ser utilizado mais intensamente pelos candidatos e, nas eleições subsequentes, em 2014, essa rede social se tornou a principal ferramenta de campanha na internet, sendo mantida nas eleições de 2016 como a rede de maior impacto.

Conforme o tempo passa e as tecnologias se reinventam e aprimoram, vemos casos cada vez mais complexos do uso dessas estratégias, como o que ocorreu na Eslováquia, em 2024. As últimas eleições deste país foram marcadas pelo uso de *deepfakes* (conteúdos de multimídia falsos que manipulam acontecimentos reais). Um candidato teve supostos áudios divulgados. Em um dos áudios, o candidato afirma estar procurando meios de fraudar as eleições, no outro, que iria aumentar o preço da cerveja. Pesquisadores estão se debruçando sobre o impacto desses áudios e como alertar a população para que não se confundam com esses conteúdos gerados por inteligência artificial (Nadal, Jancarik, 2024; Meaker, 2024; Levine, Saboia, 2024; Gehringer, Nehring, Labuz, 2024.)

As situações brevemente delineadas neste capítulo ilustram preocupações em acadêmicos e membros dos três poderes ao redor do mundo. O impacto das notícias falsas, o uso de redes sociais para manipulação dos eleitores e atos que atingem diretamente a democracia, são inquietações e norteadores para a formulação de normas e políticas públicas que vislumbram compreender como frear esses riscos e garantir a lisura do processo eleitoral. As regras eleitorais nos mais diversos países têm tentado se adaptar a esse novo momento. A participação ativa dos eleitores como agentes de propaganda política, as novas táticas que não

consideram a veracidade dos fatos e os algoritmos personalizados que geram o perfilamento dos eleitores, criando bolhas e prejudicando o processo eleitoral.

Antes dos avanços das redes sociais, o tempo de televisão e rádio, além do corpo a corpo, eram os principais meios para atingir seus eleitores. Agora, a qualquer momento, você pode fazer um vídeo e se comunicar com o seu público sem sair de casa. Além disso, as mensagens podem ser compartilhadas, por milhares de pessoas, em um piscar de olhos.

O impacto das redes sociais é ainda mais alarmante ao nos debruçarmos sobre as minorias que já não estão refletidas em espaços de poder, como mulheres, negros, indígenas e LGBTQIA+. Com o advento dessas novas ferramentas, os partidos e seus respectivos candidatos têm um novo modo possível de difundir sua propaganda eleitoral. A partir de um dispositivo móvel podem fazer vídeos que se conectam com todo o país, fazendo com que sua opinião e presença seja refletida em diversos espaços, além de viabilizar a visibilidade para suas pautas. Por isso, muitas pessoas que historicamente não ocuparam espaços de poder, seja pela falta de apoio institucional, ou recursos financeiros para alcançar seus eleitores, poderiam conseguir difundir suas plataformas e perspectivas através das redes sociais. É importante compreender, portanto, se esse avanço da tecnologia possibilitou a ascensão de grupos que historicamente foram sub representados na política ou se as redes sociais funcionam melhor como uma plataforma para reforçar os estereótipos do mundo offline e afastar estas pessoas dos espaços de poder.

Informações do portal de estatísticas do TSE mostram o avanço da eleição de mulheres e pessoas de raças diferentes, de 2014 a 2022. Para fins da ilustração desse impacto foi selecionado o recorte das eleições para a Câmara dos Deputados. Essa decisão foi tomada por contemplar muitos candidatos, ter representação proporcional aos estados brasileiros e, principalmente, por manter o número de candidatos eleitos. Além disso, o recorte temporal selecionado de 2014 a 2022 reflete a obrigatoriedade da declaração de cor/raça para candidatos. Os avanços serão ilustrados nas planilhas abaixo.

Tabela 4 - Deputados eleitos por gênero na Câmara dos Deputados nas Eleições de 2014, 2018 e 2022.

Gênero/Ano	Eleição 2014	Eleição 2018	Eleição 2022
Feminino	51	77	91
Masculino	462	436	422

Total	513	513	513
--------------	-----	-----	-----

Dados: Elaboração própria, a partir de dados do TSE (2025).

Tabela 5- Deputados eleitos por Cor/Raça na Câmara dos Deputados nas Eleições de 2014, 2018 e 2022.

Cor/raça	Eleição 2014	Eleição 2018	Eleição 2022
Amarela	0	2	3
Branca	411	387	369
Indígena	0	1	5
Parda	81	102	108
Preta	21	21	27
Não identificado	0	0	1

Dados: Elaboração própria, a partir de dados do TSE (2025).

A partir de 2014 tivemos um avanço na eleição de mulheres e pessoas de cor/raça diferentes. Ao longo dos anos, na câmara dos deputados, passamos de apenas 51 (cinquenta e uma) mulheres para 91 (noventa e uma). Em relação a pessoas negras (pretas e pardas), tivemos um avanço de 102 (cento e duas) a 135 (cento e trinta e cinco). Entre os indígenas, passamos de zero para cinco. Esse número é ainda mais relevante ao fazermos o recorte de gênero. Em 2014 foram eleitas 10 (dez) mulheres negras (sete pardas e três pretas). Em 2018, 13 (treze), sendo nove pardas e quatro pretas. Em 2022, subimos para 30 (trinta).

Além do possível uso das redes sociais como alavanca para a candidatura de minorias sub representadas nos espaços de poder, nos últimos anos foram implementadas medidas afirmativas relevantes, já ilustradas neste trabalho (como a reserva de 30% (trinta por cento) do FEFC e do tempo de televisão para mulheres). Essas medidas certamente podem ter impactado na superação deste desafio da sub-representação desses grupos.

2.1 Redes sociais como oportunidade: pluralidade e baixo custo

Antes do avanço das redes, o acesso à televisão e ao rádio era decisivo para a visibilidade de uma candidatura. Agora, com um simples celular e acesso à internet, qualquer pessoa pode produzir conteúdo e se conectar com milhões. Isso abriu espaço para que minorias historicamente excluídas pudessem obter projeção política para além de grandes estruturas partidárias ou financeiras.

Esse novo cenário permitiu, por exemplo, o surgimento de candidaturas com forte engajamento nas redes sociais com foco em pautas de direitos humanos, feminismo e justiça social. Esse é o caso de diversas parlamentares negras e indígenas eleitas em 2018 e 2022. Inclusive, em 2018, a primeira deputada indígena foi eleita. Joênia Batista de Carvalho (Joênia Wapichana) do Partido REDE, do estado de Roraima foi eleita a primeira deputada federal indígena do País. Desde que o cacique xavante Mário Juruna deixou o Congresso Nacional, em 1987, um indígena não era eleito deputado federal (Câmara dos Deputados, 2018).

Em muitos casos, as redes sociais foram fundamentais para compensar o baixo tempo de televisão ou o escasso financiamento de campanha, permitindo construir vínculos diretos com o eleitorado e desafiar as formas tradicionais de fazer política.

Diversos estudos se debruçaram sobre a possibilidade de redes sociais fortalecerem e ajudarem mulheres em disputas eleitorais. Um desses estudos, feito pela organização Hivos (2021), analisou a eficácia das redes como ferramentas para ampliar a participação política de mulheres em cinco países: Tunísia, Quênia, Jordânia, Líbano e Indonésia. A pesquisa combina métodos qualitativos e quantitativos para avaliar como as plataformas digitais influenciam o engajamento político feminino e o empoderamento de candidaturas.

Segundo o estudo, “as redes sociais provêm às mulheres acesso direto à esfera pública, permitindo que engajem, influenciam e mobilizem sem depender de meios da mídia tradicional” (Hivos, 2021, p. 10). Essa possibilidade se traduz em maior visibilidade, alcance e autonomia para construir narrativas próprias e disputar sentidos no campo político. Outro ponto destacado é o impacto das redes sociais na construção da identidade política das mulheres. De acordo com a pesquisa, o uso sistemático dessas ferramentas “aumentou a confiança política das mulheres e a vontade de concorrer às eleições” (Hivos, 2021, p. 18). A exposição pública, o *feedback* direto dos eleitores e o apoio de redes de solidariedade digital fortalecem o sentimento de pertencimento e legitimidade no espaço político, historicamente negado às mulheres.

Ademais, as plataformas digitais funcionam como catalisadoras de engajamento comunitário e mobilização coletiva. O relatório observa que “mulheres foram capazes de

mobilizar apoio, organizar eventos e construir movimentos nas redes de um jeito que seria difícil nos ambientes offline” (Hivos, 2021, p. 14). Entretanto, o estudo também aponta limites importantes. A violência política de gênero nas redes aparece como um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres. Muitas relataram ataques, ameaças, campanhas de desinformação e misoginia sistemática como parte do ambiente online. Como alerta o relatório, “violência online e assédio continuam sendo sérios desencorajadores da participação online de mulheres” (Hivos, 2021, p. 16). Nesse sentido, o potencial emancipatório das redes é tensionado pela reprodução, no ambiente digital, das mesmas estruturas de dominação e violência que operam no espaço político tradicional.

Diante disso, a pesquisa recomenda que o uso estratégico das redes sociais seja acompanhado de ações estruturadas de formação política e técnica, com foco em segurança digital, construção de imagem pública e alfabetização midiática. “Formação digital e treinamento em comunicação política são essenciais para garantir o uso seguro e efetivo de redes sociais por mulheres” (Hivos, 2021, p. 21).

Portanto, a pesquisa da Hivos (2021) confirma que, embora não eliminem os obstáculos estruturais à participação política feminina, as redes sociais oferecem oportunidades reais de visibilidade, mobilização e formação de lideranças políticas. Elas representam, simultaneamente, instrumentos de empoderamento e espaços de disputa, exigindo, por isso, estratégias conscientes de uso e proteção.

Nesse mesmo sentido, Emma Harrington (2020, desenvolveu uma pesquisa no contexto das eleições legislativas dos Estados Unidos em 2018. Analisou como as candidatas do sexo feminino utilizaram o Instagram para se comunicar com o eleitorado, construir autoridade simbólica e contornar as barreiras tradicionais impostas pela mídia hegemônica e pelos partidos. A autora parte da constatação de que a representação feminina na política estadunidense é historicamente baixa, apesar de avanços recentes, e argumenta que um dos principais obstáculos continua sendo a forma desigual com que a mídia tradicional cobre as campanhas de mulheres.

Segundo Emma Harrington, “redes sociais podem prover uma abertura para candidatas superarem as barreiras que a mídia tradicional apresenta” (2020, p. 3). O estudo ressalta que, ao permitir que as candidatas falem diretamente com seus públicos, sem a intermediação de editores e jornalistas, as redes sociais representam uma ruptura com o modelo tradicional de comunicação política, oferecendo uma arena onde mulheres podem exercer controle narrativo sobre suas campanhas.

Por meio de uma análise iterativa de 10 (dez) perfis no Instagram de candidatas ao

Congresso, a autora identificou nove categorias centrais de estratégia comunicacional: endossos (explícitos ou simbólicos), apelo à estética, uso do humor, chamadas para ação, bastidores da campanha, endereçamento direto ao público, habilidade técnica, vinculação à estrutura partidária e interações com a mídia tradicional. Essas estratégias, segundo Harrington, foram fundamentais para “aumentar a conexão emocional com os eleitores e humanizar as candidatas” (2020, p. 34).

Além disso, o uso do Instagram permitiu que candidatas compartilhassem conteúdo de bastidores, revelassem aspectos pessoais e reforçassem atributos positivos, o que é interpretado pela autora como uma forma de desafiar as formas de desumanização simbólica impostas às mulheres na política (Harrington, 2020, p. 11). Essa personalização do conteúdo é compreendida à luz da “hiper personalização comunicativa” (Walther, 1996), onde o meio digital permite uma gestão mais eficaz da imagem pública e da narrativa pessoal.

O estudo também corrobora a literatura global que vê as redes como ferramentas de baixo custo para candidaturas com menos recursos, destacando que “candidatos menos financiados foram tão ativos quanto seus opositores bem financiados” (Harrington, 2020, p. 11). A acessibilidade e a mobilidade das plataformas, nesse sentido, são apontadas como fatores que nivelam o campo de disputa simbólica, ainda que não eliminem desigualdades estruturais.

Contudo, Harrington não ignora as limitações do uso político das redes. A autora aponta dois desafios principais: a violência de gênero online e a carência de conhecimento técnico sobre como utilizar estrategicamente essas plataformas, no mesmo sentido da pesquisa de Hivos. Segundo a autora, é importante compreender como funcionam as redes sociais em momento de campanha para não desperdiçar recursos preciosos (2020, p. 43). Ao oferecer controle narrativo, visibilidade e conexão direta com eleitores, as redes sociais se configuram como uma ferramenta promissora para a superação da lacuna de ambição política feminina e, por consequência, da sub-representação de gênero nos parlamentos.

A pesquisa de Shannon McGregor e Rachel Mourão(2017) investiga como atributos de rede, centralidade, influência retórica e interatividade variam conforme o gênero dos candidatos e de seus oponentes. Os resultados mostram que mulheres candidatas são mais centrais nas discussões online, tanto nas conversas sobre si mesmas quanto sobre seus oponentes homens. Ou seja, "quando mulheres concorrem com homens, a conversa gira em torno da mulher" (McGregor e Mourão, 2017, p. 10).

Outro achado importante é que mulheres recebem mais respostas em suas redes de conversa quando concorrem contra homens, sugerindo que há maior interatividade com suas

postagens, o que pode estar associado a estereótipos de gênero que ligam mulheres à escuta e à abertura ao diálogo (McGregor e Mourão, 2017, p. 9). No entanto, esse dado também pode esconder formas de hostilidade. O estudo sugere, inclusive, que pesquisas futuras poderiam investigar se isso acontece porque pessoas se sentem mais à vontade conversando com candidatos ou porque a população masculina também se sente mais à vontade para atacá-las (McGregor e Mourão, 2017, p. 11).

Embora as redes sociais tenham sido inicialmente vistas como espaços de ruptura com a lógica midiática tradicional, os dados da pesquisa apontam que o viés de gênero persiste no ambiente digital. Os autores concluem que as redes oferecem poder relacional às mulheres, na forma de visibilidade e centralidade, mas não garantem controle sobre as narrativas políticas que circulam a seu respeito.

Além dos estudos referentes a mulheres na política, demais estudos mostram a capacidade das redes sociais como instrumentos para o fortalecimento da luta dos direitos das mulheres. Segundo Madhu Kumari (2020), movimentos com o uso de hashtags para acabar com a violência contra mulheres tem seu papel amplificado pelas redes sociais. As redes podem contribuir para discutir e compartilhar experiências e perspectivas para contribuir com o debate para o fim da violência contra mulheres, conectando mulheres do mundo todo, dos mais diversos perfis.

2.2 Redes Sociais como desafios

As pesquisas anteriores, portanto, mostram que as redes sociais têm capacidade para promover a campanha feminina, garantindo incentivos e espaços de debate que anteriormente eram negados às mulheres e controlados por grupos menores. As redes sociais, se utilizadas de maneira estratégica, podem aumentar as chances de mulheres terem visibilidade nos processos eleitorais, de maneira mais econômica. Todavia, todas as pesquisas apontam que apesar desse potencial, as redes também reproduzem os padrões da sociedade. Reforçando a violência política de gênero e estereótipos contra as mulheres. Sendo assim, precisamos também compreender os riscos das redes sociais em campanhas femininas

Uma pesquisa do instituto Laboratório de Combate à Desinformação e ao Discurso de ódio em Sistemas de Comunicação em Rede (DDoSLAB, 2023) coletou mais de 4 milhões de mensagens que mencionam parlamentares em quatro redes sociais, Facebook, *instagram*, *youtube* e *twitter*. Ao fazer a análise dos dados, os pesquisadores perceberam que 9% (nove por cento) dos conteúdos analisados apresentavam violência política de gênero. Na maioria

das vezes, o tipo mais recorrente era o insulto, a invalidação e a crítica. Essa pesquisa ainda ressalta um fator interessante, formas mais violentas de discursos, como a ameaça e o discurso de ódio, geralmente são moderados com maior velocidade por parte das plataformas.

O estudo revelou que em 8,6% dos ataques os conteúdos expuseram de modo explícito e enunciativo algum tipo de discurso misógino (DDoSLAB, 2023, p.33), porém, também são evidenciados discursos de caráter homofóbico e racista, somando 1,4% e 2,9% respectivamente (DDoSLAB, 2023,p.35). Além de outras relevantes contribuições, o estudo analisa que 5% dos ataques são construídos a partir de elementos notoriamente falsos, que veiculam desinformação. Por fim, outra conclusão comum a diversos estudos na área é que parlamentares de esquerda, apesar de não serem as mais relevantes em termos de visibilidade online, são as que mais recebem ataques.

O relatório do Internetlab, Justiça Global e Azmina, de 2022, intitulado “MonitorA: violência política de gênero online nas eleições 2022”, também trouxe reflexões importantes. Um primeiro ponto foi a percepção de que, ao observar a rede social TikTok, os algoritmos dessa rede tendem a apresentar o conteúdo a quem concorda com ele, não buscando o objetivo de atingir o *trending topics*, como no twitter. Sendo assim, “discordâncias e ofensas são mais escassas na plataforma de vídeos curtos e se limitam a declarações de voto” (INTERNETLAB, JUSTIÇA GLOBAL E AZMINA, 2022, p.8). Outra importante ressalva feita pelo estudo foi da violência das redes das primeiras-damas, esposas dos candidatos à presidência. Ambas sofreram violência nas redes sociais, mostrando que a violência política de gênero não se restringe aos candidatos em si.

Além disso, reforçam que candidatos homens pertencentes a grupos marginalizados também são alvo de violência política. Além disso, as eleições de 2022 tiveram a maior participação de candidaturas trans, rendendo, inclusive, na eleição de duas deputadas federais. Porém, suas pautas foram sequestradas por conflitos ideológicos-partidários, violência, debates sobre segurança pública e disputas sobre representatividade (INTERNETLAB, JUSTIÇA GLOBAL E AZMINA, 2022, p.9).

Por fim, pesquisa realizada pela FGV (2020) mostrou que mulheres foram mais alvos de comentários com teor agressivo e com conteúdo misógino. Além disso, candidatas de esquerda foram alvo de 96,9% dos ataques categorizados por este relatório.

As redes se tornaram terreno fértil para disseminação de desinformação, discursos de ódio e manipulação algorítmica. A experiência dos EUA em 2008, com a bem-sucedida campanha digital de Barack Obama, demonstrou o potencial positivo das redes, mas foi em

2016, com os escândalos do Brexit e da eleição de Donald Trump, que se revelou o lado mais obscuro desse ecossistema.

Portanto, mulheres, especialmente as que se colocam em campos progressistas, têm sido alvos preferenciais de campanhas de ódio. Ataques machistas, sexualizados e desqualificadores são comuns, configurando uma nova forma de violência política de gênero digital. Esse fenômeno afasta candidatos potenciais, reduz o debate e viola princípios constitucionais de igualdade e liberdade de expressão.

A violência política de gênero nas redes sociais é uma ameaça concreta à participação democrática das mulheres e tem se intensificado especialmente em contextos eleitorais. A violência mais comum entre mulheres politicamente ativas é a psicológica, caracterizada por assédio moral, insultos, ataques à aparência e sexualização do corpo (IFES, 2019, p.2). Essa violência digital tem efeitos diretos sobre a saúde física e emocional das vítimas, interferindo na sua liberdade de expressão e no exercício de seus direitos políticos. A violência psicológica é observada em uma proporção significativamente maior que entre os homens: 28 (vinte e oito) casos entre mulheres para cada 10 (dez) entre homens (Santana, Aieta, 2022).

Essa violência se manifesta em um ecossistema comunicacional digital cada vez mais complexo, que abrange tanto espaços públicos quanto ambientes privados, como grupos de WhatsApp e mensagens diretas. O fenômeno do *cross-platform harassment* (assédio cruzado em plataformas) torna os ataques ainda mais difíceis de conter, já que o conteúdo ofensivo se espalha rapidamente por múltiplas plataformas. Muitas vezes, isso envolve práticas como *doxing* (divulgação de dados pessoais), difamação sexualizada, ameaças físicas e publicação não consentida de imagens íntimas (IFES, 2019, p. 9-10).

Segundo o relatório, cinco fatores ampliam o alcance e a letalidade simbólica dessa violência online: a linguagem tendencialmente misógina das redes; o uso recorrente de imagens para sexualizar e humilhar; a velocidade e viralização do conteúdo ofensivo; a limitada capacidade de resposta por parte das vítimas e instituições; e, por fim, a impunidade, tanto legal quanto simbólica, que prevalece nesses espaços digitais (IFES, 2019, p. 9).

Por fim, o relatório é enfático ao afirmar que a violência política de gênero online é uma ameaça direta à democracia, pois mina a liberdade de expressão e desencoraja a participação das mulheres na vida pública. Reconhecer essa forma de violência e combatê-la de maneira articulada é um passo essencial para fortalecer a representatividade e a igualdade de gênero nos processos políticos contemporâneos.

A análise das experiências de mulheres candidatas em diferentes contextos, como Bolívia, México, Colômbia, Sri Lanka e Tunísia, revelou padrões recorrentes de violência

psicológica, assédio sexual, difamação e ameaças físicas. Em particular, as formas de violência simbólica e semiótica, como comentários misóginos, ataques à aparência e disseminação de rumores com conotações sexuais, são amplamente utilizadas para desacreditar a legitimidade de candidaturas femininas (Santana, Aieta, 2022). Esses ataques frequentemente não são percebidos como formas de violência pelas próprias vítimas, pois são normalizados no ambiente político, um dado que evidencia a necessidade de formação e conscientização institucional para sua identificação e combate.

As candidatas são desproporcionalmente visadas em redes sociais, sendo alvos de ameaças de estupro, morte, cyberstalking e chantagens, com altos níveis de viralização dos ataques. Como destaca Gabrielle Bardall, “ataques contra mulheres tendem a ser mais virais que ataques contra homens e mulheres recebem mais ameaças de morte e estupro” (UN Women, 2020, p. 12).

Outros estudos comprovam que este fenômeno é global. Segundo Ludovic Rheault (2019) estudos recentes evidenciam que mulheres na política são alvo de comentários não civilizados nas redes sociais. Estudos publicados nos últimos anos indicam que líderes femininas no Reino Unido, Estados Unidos e Austrália são os receptores de assédio e práticas abusivas através das redes (Bowles, 2016; Carter and Sneesby, 2017; Hunt et al., 2016; Saner, 2016). Todavia, Ludovic Rheault ressalta que “a associação entre gênero e a possibilidade de ser alvo tem uma condicionante, a visibilidade. Mulheres que atingem altos patamares na política são mais suscetíveis a receberem mensagens não civilizadas do que os homens na mesma posição. Tal fato é relevante pois o estudo indica que homens em geral podem receber mais mensagens negativas, porém tal fato tem relação que há mais homens em espaços de poder. As mulheres que atingem tal patamar são ainda mais criticadas.

A violência online tem se consolidado como uma das principais formas de desestímulo à participação política de mulheres em diversas democracias. Segundo Mona Lena Krook (2017), o assédio digital direcionado a mulheres políticas não é apenas um reflexo da misoginia estrutural, mas uma estratégia deliberada para limitar sua atuação pública. As redes de disseminação de notícias falsas são responsáveis por submeter mulheres à diversas provas de resistência emocional. Segundo Manuela D’ávila, ex-deputada federal (então filiada ao Partido Comunista do Brasil pelo Rio Grande do Sul) e candidata à vice-presidência da República em 2018, as violências enfrentadas nas redes foram fator fundamental para desestimular sua presença na política (D’Ávila, 2022, p. 127-128):

E então, entre 2014 e 2020, tornei-me um dos alvos preferenciais das máquinas de destruição de reputação de mulheres. ‘Colhi os frutos’ dessa destruição permanente e continuada nas eleições de 2018, quando todos os atributos negativos construídos a

meu respeito foram utilizados ao mesmo tempo: a Manuela ‘hipócrita’, que defendia o socialismo mas fazia enxoval milionário em Miami; a Manuela ‘drogada’, com tatuagens horrorosas e olheiras profundas; a Manuela ‘vagabunda’, que tinha fotos (falsas) nua circulando por aí; a Manuela ‘ardilosa’, que articulava o assassinato do seu adversário; a Manuela que manifestava ora uma fé, ora outra, em montagens e edições exibidas inclusive em canais televisivos.

A violência política de gênero, como relatado pela ex-candidata é, portanto, legitimada por sua naturalização como parte do processo eleitoral (Kulaitis, 2024). Além disso, o fenômeno tem sido particularmente visível entre mulheres jovens e mulheres negras, que enfrentam ataques mais intensos, geralmente com conotações sexuais, racistas e pessoais (Trabelsi, 2023). A escalada de discursos de ódio e ameaças, facilitada por algoritmos de amplificação e pela ausência de moderação eficaz em plataformas como Twitter e Facebook, contribui para que as mulheres desistam de candidaturas ou abandonem seus mandatos para preservar sua saúde mental e segurança.

Outro ponto importante é que os algoritmos utilizados por redes como TikTok, Facebook e Instagram não operam de forma transparente. Estudos apontam que esses sistemas tendem a privilegiar conteúdos que reforçam a polarização, o sensacionalismo e o engajamento emocional, o que frequentemente expõe mulheres à maior violência. É nesse cenário que se impõe a necessidade de regulação das plataformas digitais com perspectiva de gênero, de medidas de proteção institucional às candidatas, de protocolos partidários de acolhimento e responsabilização, e de políticas públicas de educação midiática. Como argumenta Marlise Matos (2021), a violência política de gênero não é uma pauta identitária, mas uma questão de legitimidade democrática: calar mulheres na política é ferir o princípio da soberania popular e a pluralidade do debate público.

Além do fenômeno da violência online contra a mulher, como uma variável essencial para compreender o uso das redes e seu papel enquanto desafio ou oportunidade, além do já mencionado, é essencial compreender também a inclusão e exclusão de grupos sociais e econômicos das plataformas digitais. Estudo elaborado por Catarina Helena Cortada Barbieri, Luciana de Oliveira Ramos, Ivan Osmo Mardegan, Juliana Fabbion Marin, Lais Menegon Youssef ao investigar o uso da rede social facebook por mulheres em períodos eleitorais concluiu que:

Tomando como base que, entre as 465 candidatas que disputaram o cargo por São Paulo, 64% (299) tiveram Página e 80% (374) tiveram Perfil em ao menos uma semana de campanha, os dados revelam que um número bastante considerável de candidatas teve acesso ao Facebook. Ainda assim, ter ensino superior completo, ser branca, ser de um estrato sócio-ocupacional mais alto e ter menos idade são fatores que influenciam positivamente no acesso e/ou no uso contínuo, especialmente no que concerne à Página e ao impulsionamento, que consideramos, respectivamente, uma ferramenta e uma funcionalidade de caráter mais profissional. Quando analisamos

pela perspectiva não apenas do acesso, mas também das habilidades de uso, a desigualdade se manifesta de maneira mais intensa, o que corrobora a literatura analisada, em especial o estudo de Hargittai e Hsieh (2013), que mostra que as habilidades no uso da internet podem ser influenciadas pelos aparatos sociais de que a pessoa dispõe, como o nível educacional e financeiro, indicando que há uma relação entre o status socioeconômico e a posse de recursos digitais.

Assim, para compreender o uso das redes em períodos eleitorais no Brasil e qual a relação com gênero e financiamento eleitoral, foram selecionados alguns dados que serão apresentados no próximo capítulo, extraídos também da rede social facebook.

CAPÍTULO 3. ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS DE CANDIDATOS E CANDIDATAS NAS ELEIÇÕES DE 2022

Como relatado na metodologia, para a pesquisa, foram selecionados 20 (vinte) candidatos à Câmara dos Deputados nas eleições de 2022. Em primeiro lugar, definiu-se a seleção de candidatos eleitos, ou seja, todos os candidatos aqui elencados obtiveram sucesso eleitoral. Dentre os eleitos, foram selecionados as cinco candidatas e os cinco candidatos com maior quantidade numérica de votos (G1, 2022). Essa primeira seleção resultou nos seguintes nomes: Carla Zambelli (PL/SP), Tabata Amaral (PSB/SP), Gleisi Hoffmann (PT/PR), Dra. Alessandra Haber (MDB/PA), Erika Hilton (PSOL/SP), Nikolas Ferreira (PL/MG), Guilherme Boulos (PSOL/SP), Eduardo Bolsonaro (PL/SP), Delegado Bruno Lima (PP/SP) e Ricardo Salles (PL/SP). No entanto, ao desenvolver a pesquisa, foi identificado que o candidato Ricardo Salles (PL/SP) não possuía um perfil no facebook divulgado pela página oficial da Câmara dos Deputados, objeto de análise. Como não foi possível comprovar a existência de tal rede, não se investigou o candidato. Sendo assim, em seu lugar, foi inserido o candidato, eleito deputado, Deltan Dallagnol (PODE/PR), o sexto mais bem votado da lista.

Após essa primeira amostra, foram selecionados os cinco candidatos e as cinco candidatas com menos votos, mas também eleitos, dos respectivos partidos das deputadas e dos deputados com maior quantitativo de votos. Essa definição se justifica para verificar como é feita a distribuição de recursos partidários, comparativamente, entre os partidos que obtiveram bons resultados em nível nacional. Ou seja, cada deputada mais bem votada tem sua respectiva candidata menos votada, do mesmo partido, o mesmo para os homens. Dessa maneira, buscamos compreender como é feita a distribuição de recursos nos partidos, com enfoque nos gastos com impulsionamento de conteúdo. Sendo assim, temos os seguintes nomes: Silvia Waiapi (PL/AP), Lídice da Mata (PSB/PA), Denise Pessôa (PT/RS), Helena Lima (MDB/RR), Célia Xakriabá (PSOL/MG), Vinicius Gurgel (PL/AP), Pastor Henrique Vieira (PSOL/RJ), Alberto Fraga (PL/DF), Dr. Luiz Ovando (PP/MS) e Victor Linhalis (PODE/ES).

É importante ressaltar que o cenário político brasileiro em 2022 foi marcado por uma das eleições mais polarizadas da história recente do país. Jair Bolsonaro (PL/RJ), político de extrema-direita, candidato à reeleição e Lula (PT/SP), centro-esquerda, candidato que retornava ao cenário eleitoral depois de intensas batalhas jurídicas protagonizaram a disputa

eleitoral. Porém, essa polarização não se limitou ao plano presidencial, irradiou-se para as disputas legislativas e estaduais, intensificando o clima de animosidade política e social.

As campanhas, de ambos os lados, foram fortemente marcadas pela atuação nas redes sociais, onde se concentrou grande parte do debate público, impulsionado por mecanismos de desinformação, discursos de ódio e mobilização massiva de apoiadores. A eleição de figuras expressivas tanto do campo progressista quanto da extrema-direita evidenciou a centralidade das redes na disputa simbólica e no engajamento político em 2022. Além disso, a maior parte dos deputados federais, dentre eleitos e não eleitos, manifestou, em suas redes sociais, o apoio claro ao respectivo presidenciável, reforçando o cenário extremamente polarizado da eleição de deputados federais.

3.1 Apresentação dos candidatos selecionados

Nas tabelas 6, 7, 8 e 9, serão apresentados alguns dados preliminares sobre os deputados mencionados na seção anterior. Estes dados foram selecionados para compreensão de quem são os deputados e como se inserem na disputa eleitoral. Essa análise ajudará a identificar a importância do financiamento e do engajamento, em momento posterior. As tabelas apresentam um panorama referente ao número de votos de cada deputado; o respectivo quociente eleitoral; a situação do deputado, referente a reeleição ou primeira eleição para auxiliar na análise de relevância pública e política; e, por fim, o número de seguidores em redes sociais relevantes para o momento atual.

Os dados referentes ao número de votos foram retirados do site UOL devido à ausência de recurso oficial do TSE que divulgasse uma lista compilada de todos os deputados federais e o número de votos. O quociente eleitoral, quando pôde ser auferido por meio de divulgação oficial de Tribunal Regional do respectivo Estado, foi utilizado. Quando não foi possível localizar tal divulgação, foi retirado do portal UOL (UOL, 2022) o número de votos válidos e calculado o quociente eleitoral. O cálculo consistiu na divisão de votos válidos pelo número de cadeiras do estado na Câmara dos Deputados (Câmara dos Deputados, 2025). A informação do número de cadeiras foi obtida diretamente do site da Câmara dos Deputados. Os dados referentes à eleição ou primeira eleição foram obtidos no site da Câmara dos Deputados que fornece a biografia dos deputados eleitos. A seleção das redes sociais foi baseada em um estudo da *Special Report Digital 2025*. O estudo elenca as principais redes sociais utilizadas no Brasil, sendo as cinco principais, em ordem decrescente: Whatsapp,

Youtube, Instagram, Facebook, TikTok. Porém, como o Whatsapp não tem uma estrutura formada em torno de seguidores, ele não foi analisado. Os dados referentes ao número de seguidores foram extraídos das respectivas redes sociais em abril de 2025.

Tabela 6 - Dados Referentes às Deputadas Mais Bem Votadas (Eleições 2022)

Nome	Votos	Quociente Eleitoral	Situação	Seguidores Facebook	Seguidores Instagram	Seguidores TikTok	Seguidores YouTube
Carla Zambelli (PL/SP)	946.244	332.671 ¹	Reeleição	3.200.000 ²	3.600.000 ³	747.700 ⁴	893.000 ⁵
Tabata Amaral (PSB/SP)	337.873	332.671 ⁶	Reeleição	527.000 ⁷	1.700.000 ⁸	961.400 ⁹	98.900 ¹⁰
Gleisi Hoffmann PT/PR)	261.247	204.362,6 ¹¹	Reeleição	1.700.000 ¹²	964.000 ¹³	521.100 ¹⁴	22.3000 ¹⁵
Alessandra Haber (MDB/PA)	258.907	257.856,53 ¹⁶	Primeira Eleição	16.000 ¹⁷	91.400 ¹⁸	10.200 ¹⁹	453 ²⁰
Erika Hilton PSOL/SP	256.903	332.671 ²¹	Primeira Eleição	92.000 ²²	3.600.000 ²³	1.300.000 ²⁴	Não possui canal no youtube

Fonte: TSE; Youtube; Facebook; Instagram; TikTok. Elaboração própria.

¹ Disponível em:

<https://www.tre-sp.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/sao-paulo-faz-maior-eleicao-da-historia-e-registra-diminuicao-de-votos-brancos-e-nulos>

² Disponível em: <https://www.Facebook.com/ZambelliOficial>

³ Disponível em: <https://www.instagram.com/carla.zambelli/?hl=pt-br>

⁴ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@carlazambelli22>

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/carlazambelli>

⁶ Disponível em:

<https://www.tre-sp.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/sao-paulo-faz-maior-eleicao-da-historia-e-registra-diminuicao-de-votos-brancos-e-nulos>; Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷ Disponível em: <https://www.Facebook.com/tabataamaralSP> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/tabataamaralSP/?hl=pt-br> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁹ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@tabataamaralSP> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/@TabataAmaralSP> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹¹ Disponível em:

<https://www.tre-pr.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Maio/tre-pr-realiza-retotalizacao-dos-votos-para-deputado-federal> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹² Disponível em: <https://www.Facebook.com/gleisi.hoffmann> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/gleisihoffmann/?hl=pt-br> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹⁴ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@gleisihoffmannreal> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/GleisiHoffmannPT> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹⁶ Disponível em:

<https://www.tre-pa.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/tre-faz-balanco-das-eleicoes-2022> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹⁷ Disponível em: <https://www.Facebook.com/draalessandrahaber> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/draalessandrahaber/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

¹⁹ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@draalessandrahaber> Acesso em: 08 de maio de 2025.

²⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC8kZRQDPkGS_U7pym_TKGqg Acesso: 8 maio 2025.

²¹ Disponível em:

<https://www.tre-sp.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/sao-paulo-faz-maior-eleicao-da-historia-e-registra-diminuicao-de-votos-brancos-e-nulos> Acesso em: 08 de maio de 2025.

²² Disponível em: <https://www.Facebook.com/ErikaHiltonSP> Acesso em: 08 de maio de 2025.

²³ Disponível em: https://www.instagram.com/hilton_erika/?hl=pt-br Acesso em: 08 de maio de 2025.

²⁴ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@erikahiltonsp> Acesso em: 08 de maio de 2025.

Entre as deputadas mais votadas, é possível perceber a predominância de mulheres ativas politicamente, com uma trajetória que ressalta sua relevância em nível nacional. Dessas, três estavam à época em campanhas de reeleição (Carla Zambelli (PL-SP), Gleisi Hoffmann (PT/PR) e Tabata Amaral (PSB-SP)). Dentre as duas mulheres que estão em sua primeira campanha para a Câmara dos Deputados, será ilustrado adiante que ambas possuem trajetórias distintas, porém, receberam quantidades expressivas de votos. É importante ressaltar que, dentre as mais votadas, somente uma não atingiu o quociente eleitoral, Erika Hilton (PSOL/SP).

Carla Zambelli (PL/SP) foi candidata à reeleição em 2022. Já tendo sido eleita deputada federal por São Paulo em 2018. Foi a segunda candidata mais votada do estado e a mulher mais votada do país (TSE, 2022). Em 2025, teve uma decisão do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo para cassação de seu mandato por uso indevido dos meios de comunicação e abuso de poder político (TRE-SP, 2025).

Tabata Amaral (PSB/SP) é cientista política formada em Harvard, com trajetória iniciada no ativismo pela educação. Foi eleita deputada federal em 2018 pelo PDT e reeleita em 2022, pelo PSB. Tabata também atingiu relevância a nível nacional ao concorrer nas eleições de 2024 para a prefeitura de São Paulo - SP.

Gleisi Hoffmann (PT/PR) foi presidenta nacional do Partido dos Trabalhadores (PT) de 2017 e 2025. Figura essencial para a reeleição do Presidente Lula (PT). Foi Ministra da Casa Civil no governo Dilma Rousseff e Senadora entre 2011 e 2019. Foi eleita Deputada Federal em 2022. Em 2025 se tornou Ministra da Secretaria de Relações Institucionais do Governo Federal do Presidente Lula (PT).

Alessandra Haber (MDB/PA), ou Dra. Alessandra Haber, é médica ginecologista e foi eleita deputada federal pelo MDB do Pará em 2022. Estreante na Câmara, sua campanha teve forte apoio de bases do interior do estado e segmentos ligados à saúde.

Erika Hilton (PSOL/SP) é deputada federal por São Paulo, eleita em 2022. Sua trajetória política, marcada pela atuação nos direitos humanos e na defesa das populações marginalizadas, destaca-se pelo uso estratégico das redes sociais e pela capacidade de mobilizar engajamento. Antes de se tornar Deputada, foi vereadora de uma candidatura pela cidade de São Paulo. Erika Hilton (PSOL-SP) foi a primeira vereadora trans da Câmara Municipal de São Paulo (São Paulo, 2020). Entre os deputados mais bem votados temos:

Tabela 7 - Dados referentes aos deputados mais bem votadas (Eleições 2022)

Nome	Votos	Quociente Eleitoral	Situação	Seguidores Facebook	Seguidores Instagram	Seguidores Tik Tok	Seguidores no YouTube
Nikolas Ferreira (PL/MG)	1.492.047	211.340,13 ²⁵	Primeira Eleição	1.600.000 ²⁶	17.200.000 ²⁷	7.800.000 ²⁸	2.190.000 ²⁹
Guilherme Boulos (PSOL/SP)	1.001.472	332.671 ³⁰	Primeira Eleição	1.100.000 ³¹	2.400.000 ³²	6.04.500 ³³	438.000 ³⁴
Eduardo Bolsonaro (PL/SP)	741.701	332.671 ³⁵	Reeleição	3.100.000 ³⁶	6.200.000 ³⁷	Não possui Tik Tok	1.530.000 ³⁸
Bruno Lima (PP/SP)	461.217	332.671 ³⁹	Primeira Eleição	1.500.000 ⁴⁰	2.300.000 ⁴¹	798.600 ⁴²	281.000 ⁴³
Deltan Dallagnol (PODE/PR)	344.917	204.362,6 ⁴⁴	Primeira Eleição	1.000.000 ⁴⁵	1.700.000 ⁴⁶	375.900	1.170.000 ⁴⁷

Fonte: TSE; Youtube; Facebook; Instagram; Tik Tok. Elaboração própria.

Em uma primeira análise destes dados, é possível destacar que, diferentemente das deputadas mais bem votadas, todos os homens atingiram o quociente eleitoral. Além disso, os números de seguidores em todas as redes sociais são chamativos.

²⁵ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/minas-gerais/> Acesso em: 08 maio 2025.

²⁶ Disponível em: <https://www.Facebook.com/nikolasferreiradm> Acesso em: 08 de maio de 2025.

²⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/nikolasferreiradm/?hl=pt-br> Acesso em: 08 de maio de 2025.

²⁸ <https://www.TikTok.com/@nikolasferreiradm> Acesso em: 08 de maio de 2025.

²⁹ <https://www.youtube.com/@NikolasFerreiraO> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³⁰ Disponível em:

<https://www.tre-sp.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/sao-paulo-faz-maior-eleicao-da-historia-e-registra-diminuicao-de-votos-brancos-e-nulos> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³¹ Disponível em: <https://www.Facebook.com/guilhermeboulos> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³² Disponível em: <https://www.instagram.com/guilhermeboulos.official/?hl=pt-br> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³³ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@guilhermeboulos> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/@GuilhermeBoulosoficial> Acesso em: 08 maio 2025.

³⁵ idem

³⁶ Disponível em: <https://www.Facebook.com/bolsonaro.enb> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/bolsonarosp/?hl=pt-br> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/@EDUARBOLSONAROSP> Acesso em: 08 de maio de 2025.

³⁹ idem

⁴⁰ Disponível em: <https://www.Facebook.com/profile.php?id=100044228269758> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/del.brunolima/?hl=pt-br> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴² Disponível em: <https://www.TikTok.com/@del.brunolima> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴³ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/delegadobrunolima> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴⁴ Disponível

em: <https://www.tre-pr.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Maio/tre-pr-realiza-retotalizacao-dos-votos-para-deputado-federal> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴⁵ Disponível em: <https://www.Facebook.com/deltandallagnol> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴⁶ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@deltandallagnol?lang=pt-BR> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC84asuWqcrFqEtWqSctS85Q> Acesso em: 8 maio 2025.

Nikolas Ferreira (PL/MG) foi eleito deputado federal por Minas Gerais em 2022, sendo o mais votado do Brasil naquela eleição (TSE, 2022). Com apenas 26 anos, ganhou projeção nas redes sociais, entre outros fatores, por seu discurso conservador e alinhamento com Jair Bolsonaro. Tendo sido vereador em Belo Horizonte pelo PRTB entre 2018 e 2022, é um dos principais influenciadores digitais da extrema-direita brasileira.

Professor e coordenador do MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem Teto), Guilherme Boulos (PSOL/SP) foi eleito deputado federal por São Paulo em 2022. Em 2018, disputou a presidência da República pelo PSOL e, em 2024, chegou ao segundo turno na eleição para prefeito de São Paulo. Sua atuação parlamentar tem foco em habitação popular, taxação de grandes fortunas, educação e defesa dos direitos sociais. É considerado uma das principais lideranças da esquerda brasileira contemporânea (Amaral, 2024).

Filho do ex-presidente Jair Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro (PL/SP) foi eleito consecutivamente nas eleições de 2014, 2018 e 2022. É escrivão da Polícia Federal e exerce forte influência na ala ideológica da direita. Em 2025 licenciou-se para tratar de interesse particular e passou a residir nos Estados Unidos (Sanchez, 2025).

Bruno Lima (PP/SP) foi eleito, pela primeira vez, deputado federal por São Paulo em 2022. Delegado de polícia, ganhou notoriedade na defesa da causa animal. Antes de ser Deputado Federal, foi eleito Deputado Estadual por São Paulo.

O ex-procurador da República e destaque na Operação Lava Jato, Deltan Dallagnol (PODE/PR) foi eleito deputado federal do PODEMOS pelo Paraná em 2022 (TSE, 2022). Em maio de 2023, teve o mandato cassado por decisão do Tribunal Superior Eleitoral, que considerou que ele cometeu abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação ao deixar o Ministério Público para concorrer ao cargo sem cumprir as exigências legais (TSE, 2023). Desde então, tem se mantido ativo nas redes sociais e se filiou ao partido NOVO (UOL, 2023).

Dentre as deputadas menos votadas temos:

Tabela 8 - Dados referentes as deputadas menos votadas (Eleições 2022)

Dados referentes as deputadas menos votadas (Eleições 2022)							
Nome Completo	Número de Votos	Quociente Eleitoral	Situação	Seguidores Facebook	Seguidores Instagram	Seguidores TikTok	Seguidores YouTube
Silvia Waiapi (PL/AP)	5.435	53.019,50 ⁴⁸	Primeira Eleição	31.000 ⁴⁹	328.000 ⁵⁰	33.100 ⁵¹	4.300 ⁵²
Lídice da Mata (PSB/BA)	112.385	204.088,72 ⁵³	Reeleição	92.000 ⁵⁴	56.900 ⁵⁵	3.432 ⁵⁶	1.960 ⁵⁷
Denise Pessoa (PT/RS)	44.241	198.731,13 ⁵⁸	Primeira Eleição	32.000 ⁵⁹	22.800 ⁶⁰	2.198 ⁶¹	387 ⁶²
Helena Lima (MDB/RR)	15.848	36.510,25 ⁶³	Primeira Eleição	1.700.000 ⁶⁴	16.900 ⁶⁵	0	46 ⁶⁶
Célia Xakriabá (PSOL/MG)	101.154	211.340,13 ⁶⁷	Primeira Eleição	25.000 ⁶⁸	317.000 ⁶⁹	23.100 ⁷⁰	612 ⁷¹

⁴⁸ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/amapa/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁴⁹ Disponível em: https://www.Facebook.com/silvianobrewaiapi/?locale=pt_BR Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵⁰ Disponível em: [instagram.com/silviawaiapi](https://www.instagram.com/silviawaiapi) Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵¹ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@silviawaiapi?t=ZM-8wFcLYZCSrX&r=1> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵² Disponível em: [youtube.com/@SilviaWaiapiOficial](https://www.youtube.com/@SilviaWaiapiOficial) Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵³ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/bahia/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵⁴ Disponível em: https://www.Facebook.com/LidicedaMata/?locale=pt_BR Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵⁵ Disponível em: [instagram.com/lidicedamata](https://www.instagram.com/lidicedamata) Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵⁶ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@lidicedamata?t=ZM-8wFcNLP0SBy&r=1> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/LidicedaMata> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵⁸ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/rio-grande-do-sul/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁵⁹ Disponível em: https://www.Facebook.com/denise.pessoa.7/?locale=pt_BR Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶⁰ Disponível em: [instagram.com/denise_pessoa](https://www.instagram.com/denise_pessoa) Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶¹ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@denisespessoa?t=ZM-8wFcP4jOwcQ&r=1> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶² Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC6_GquraPFGinUoyUy-8kEA/about Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶³ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/roraima/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶⁴ Disponível em: <https://www.Facebook.com/helenadaasatur> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶⁵ Disponível em: [instagram.com/helenadaasatur](https://www.instagram.com/helenadaasatur) Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC_wxn2D_CXL_WFKO263Rg4AA Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶⁷ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/minas-gerais/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶⁸ Disponível em: <https://www.Facebook.com/ce-liaxakriabaa> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁶⁹ Disponível em: [instagram.com/ce-liaxakriaba](https://www.instagram.com/ce-liaxakriaba) Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷⁰ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@ce-liaxakriaba?t=ZM-8wFcQ5tQmJi&r=1> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷¹ Disponível em: [youtube.com/@CeliaXakriaba](https://www.youtube.com/@CeliaXakriaba) Acesso em: 08 de maio de 2025.

Fonte: TSE; Youtube; Facebook; Instagram; TikTok. Elaboração própria.

É importante ressaltar, em uma primeira análise, que nenhuma das deputadas mais votadas atingiu o quociente eleitoral e que, entre as menos votadas, também podemos perceber um menor número de seguidores.

Silvia Waiãpi (PL/AP) é militar da Marinha e indígena do povo Waiãpi, do Amapá. Foi eleita deputada federal em 2022 pelo PL, sendo a primeira indígena eleita pelo estado (TSE, 2022). Alinhada ao bolsonarismo, defende pautas conservadoras.

Economista e política com longa trajetória, Lídice da Mata (PSB/BA) foi reeleita deputada federal pela Bahia em 2022. Já foi prefeita de Salvador (1993–1997), senadora e deputada federal em outras legislaturas. É conhecida por sua atuação em defesa da democracia, das mulheres e da educação. Em 2020, foi relatora da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das Fake News, ganhando visibilidade nacional ao investigar o uso de redes sociais para disseminação de desinformação.

Denise Pessôa (PT/RS) foi eleita deputada federal em 2022 pelo PT do Rio Grande do Sul. É assistente social e foi vereadora de Caxias do Sul, com forte militância na área de direitos humanos, habitação e assistência social.

Helena Lima (MDB/RR), conhecida como Helena da Asatur, é empresária e foi eleita deputada federal por Roraima em 2022.

Célia Xakriabá (PSOL/MG) é educadora, ativista e a primeira deputada federal indígena eleita por Minas Gerais. Pertencente ao povo Xakriabá, sua trajetória está profundamente ligada à luta pela educação indígena, demarcação de terras e defesa do meio ambiente.

Por fim, dentre os menos votados temos:

Tabela 9 - Dados referentes aos deputados menos votados (Eleições 2022)

Nome	Votos	Quociente Eleitoral	Situação	Seguidores Facebook	Seguidores Instagram	Seguidores TikTok	Seguidores YouTube
Vinicius Gurgel (PL/AP)	13.253	53.019,50 ⁷² ₂	Reeleição	20.000	17.300 ⁷³	0	20 ⁷⁴
Henrique Vieira (PSOL/RJ)	53.933	188.413,78 ⁷⁵	Primeira Eleição	275.000	1.000.000 ⁷⁶	0	57.600 ⁷⁷
Alberto Fraga (PL/DF)	28.825	201.504,63 ⁷⁸	Reeleição	91.000	57.000 ⁷⁹	4.780 ⁸⁰	138 ⁸¹
Luiz Ovando (PP/MS)	45.491	175.809,63 ⁸²	Reeleição	31.000	58.400 ⁸³	2.645 ⁸⁴	1.160 ⁸⁵
Victor Linhalis (PODE/ES)	53.483	208.477,1 ⁸⁶ ₆	Primeira Eleição	4.900	15.300 ⁸⁷	225 ⁸⁸	2 ⁸⁹

Fonte: TSE; Youtube; Facebook; Instagram; TikTok. Elaboração própria.

Os deputados menos votados de cada partido também não alcançaram o quociente eleitoral. Estes possuem uma quantidade ainda menor de seguidores nas redes sociais.

⁷²Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/amapa/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷³ Disponível em: <https://www.instagram.com/viniciusgurgel> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷⁴Disponível em: <https://www.youtube.com/@viniciusgurgel> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷⁵Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/rio-de-janeiro/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/pastorhenriquevieira> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/@pastorhenriquevieira> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷⁸ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/distrito-federal/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁷⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/dep_albertofraga Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸⁰ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@albertofraga> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸¹ <https://www.youtube.com/@albertofraga> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸² Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/mato-grosso-do-sul/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸³ Disponível em: <https://www.instagram.com/drluizovando> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸⁴ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@drluizovando> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/@drluizovando> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸⁶ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/1turno/votos-por-estado/espírito-santo/deputado-federal/> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/drivictorlinhalis> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸⁸ Disponível em: <https://www.TikTok.com/@drivictorlinhalis> Acesso em: 08 de maio de 2025.

⁸⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/@drivictorlinhalis> Acesso em: 08 de maio de 2025.

Vinicius Gurgel (PL/AP) é empresário e político do Amapá. Foi Deputado Federal nas legislaturas 54^a (2011–2015), 55^a(2015–2019), 56^a (2019–2023), 57^a(2023-2027).

Henrique Vieira (PSOL/RJ) é pastor evangélico, teólogo, ator e professor. Foi eleito deputado federal pelo PSOL do Rio de Janeiro em 2022. Militante dos direitos humanos e da justiça social, Henrique busca conciliar fé e política progressista, sendo um dos principais representantes da chamada “esquerda cristã”.

Coronel reformado da Polícia Militar do DF, Alberto Fraga (PL/DF) foi reeleito deputado federal em 2022 pelo PL. Antes, havia ocupado o cargo de Deputado Federal na 55^a legislatura. Fraga é uma das principais vozes conservadoras do DF.

Médico cardiologista e militar da reserva, Dr. Luiz Ovando (PP/MS) foi reeleito deputado federal pelo Mato Grosso do Sul em 2022.

Victor Garozi Linhalis (PODE-ES), empresário do setor agropecuário, foi eleito deputado federal pelo Espírito Santo pelo partido Podemos. Antes de ocupar o cargo foi vice-prefeito de Vila Velha (ES).

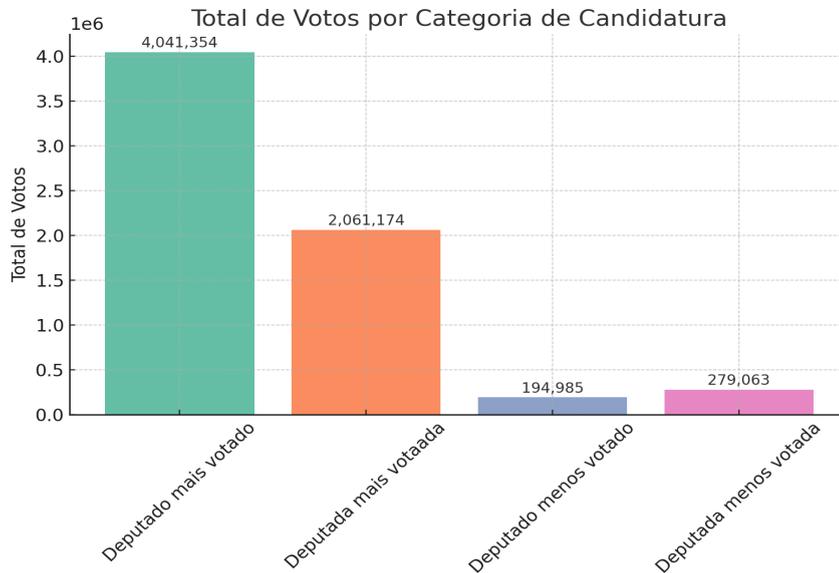
Como mencionado no início do capítulo, as eleições de 2022 aconteceram em momentos de polarização política exacerbada. Sendo assim, a maioria dos candidatos utilizou-se de discursos de aproximação com os presidenciais para levar suas pautas adiante e conseguir ainda mais visibilidade. Os espectros de direita e esquerda estavam bem delimitados na grande maioria das candidaturas.

Com base nas tabelas acima, podemos aferir que os deputados mais votados foram eleitos com mais votos do que as mulheres mais bem votadas. Inclusive, a segunda candidata mais bem votada tem menos votos que o quinto deputado mais bem votado. Todos os deputados mais bem votados superaram o quociente eleitoral, dentre as mulheres a deputada Erika Hilton (PSOL-SP) foi a única que não o atingiu.

Em relação aos menos votados, as mulheres tiveram um melhor desempenho eleitoral. Porém, é importante também pontuar que, apesar disso, foram eleitas apenas noventa e uma mulheres para a Câmara dos Deputados, enquanto homens foram quatrocentos e vinte e dois. Por outro lado, apenas uma das candidatas menos votadas foi reeleita, dentre os deputados menos votados três estavam concorrendo à vaga para reeleição.

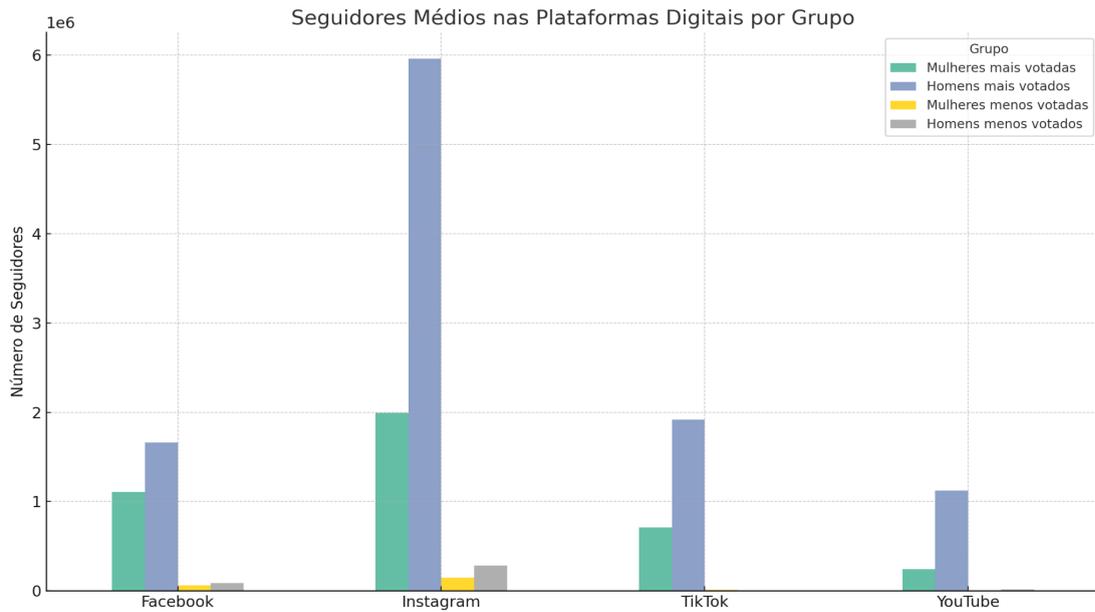
Para fins de ilustração da quantidade de votos foi elaborado o gráfico abaixo. Foram somados os votos de todos os deputados de cada categoria (deputado mais votado, deputada mais votada, deputado menos votado, deputada menos votada). Essa soma resultou no seguinte gráfico que ilustra a discrepância do número de votos entre os deputados mais bem

votados e as deputadas mais votadas. Reflete ainda a pequena diferença do número de votos entre as deputadas menos votadas e os deputados menos votados.



Fonte: TSE; Elaboração Própria.

Outra informação importante que estes dados nos revelam é que, em geral, as mulheres têm menos seguidores do que os homens nas plataformas digitais, dentre as mais e menos votadas. Mesmo com o potencial uso das redes sociais em campanhas, principalmente para a primeira eleição, não há necessariamente o reflexo em número de seguidores. Tanto que os homens menos votados, apesar de candidatos à reeleição, não há reflexo em influência nas redes. O gráfico abaixo foi elaborado com base na média do número de seguidores de cada categoria, após a soma de todos os seguidores, por rede social, de cada um dos integrantes.



Fonte: Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube; Elaboração própria.

A partir deste gráfico pode se verificar que, em relação às redes, a presença dos homens no Instagram, TikTok e YouTube é significativamente maior. A única rede onde é possível analisar uma discrepância menor entre o número de seguidores é no Facebook.

3.2 Análise de recursos e gastos de campanha dos candidatos

Em relação aos recursos e gastos de campanha, o TSE (TSE, 2025) divulga os dados eleitorais de cada candidato. No site DivulgaCand é possível analisar os dados referentes a recursos de campanhas, atas de convenção, doadores, financiamento coletivo, dentre outros. Há uma aba essencial para esta pesquisa que permite a realização de comparação entre os candidatos (comparativo de candidatos), essa aba permite ver, de maneira simplificada, os principais recursos e gastos recebidos pelos candidatos selecionados.

A partir deles, podemos verificar quanto foi destinado para as campanhas em recursos do FEFC, do Fundo Partidário e de recursos privados. Além disso, podemos observar os gastos gerais de campanha dos candidatos.

Na tabela 10 foram apresentados os dados referentes a recursos e gastos de cada deputado. Os deputados foram separados em categorias já apresentadas nas análises feitas no tópico 2.4.1 para fins de comparação posterior (deputada mais bem votada; deputado mais

bem votado; deputada menos votada; deputado menos votado). Também foram acrescentados dados referentes ao limite de gastos permitidos por estado e cargo, retirados também do portal DivulgaCandContas, que foi o mesmo para todos os deputados.

Tabela 10 - Receitas dos Deputados em período eleitoral (2022)

Categoria	Nome Candidato	Recursos de FEFC	Recursos de Fundo Partidário	Recursos Privados	Gastos Eleitorais Financeiros	Limite de Gastos (Estado/Cargo)
Deputada mais bem votada	Carla Zambelli (PL/SP)	R\$ 1.000.000,00	R\$ 1.026.000,00	R\$ 62.311,00	R\$ 2.087.966,56	R\$ 3.176.572,53
Deputada mais bem votada	Tabata Amaral (PSB/SP)	R\$ 180.695,00	R\$ 0,00	R\$ 2.134.203,37	R\$ 2.282.868,17	R\$ 3.176.572,53
Deputada mais bem votada	Gleisi Hoffmann (PT/PR)	R\$ 2.410.000,00	R\$ 0,00	R\$ 222.500,00	R\$ 2.659.975,01	R\$ 3.176.572,53
Deputada mais bem votada	Alessandra Haber (MDB/PA)	R\$ 387.500,00	R\$ 0,00	R\$ 789.329,64	R\$ 1.176.829,64	R\$ 3.176.572,53
Deputada mais bem votada	Erika Hilton (PSOL/SP)	R\$ 1.424.107,94	R\$ 0,00	R\$ 55.778,65	R\$ 1.479.837,39	R\$ 3.176.572,53
Deputado mais bem votado	Nikolas Ferreira (PL/MG)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 280.548,22	R\$ 280.391,19	R\$ 3.176.572,53
Deputado mais bem votado	Guilherme Boulos (PSOL/SP)	R\$ 1.872.923,22	R\$ 0,00	R\$ 950.086,67	R\$ 2.823.009,89	R\$ 3.176.572,53
Deputado mais bem votado	Eduardo Bolsonaro (PL/SP)	R\$ 500.000,00	R\$ 300.000,00	R\$ 0,00	R\$ 723.530,10	R\$ 3.176.572,53
Deputado mais bem votado	Bruno Lima (PP/SP)	R\$ 2.800.000,00	R\$ 0,00	R\$ 12.000,00	R\$ 2.812.000,00	R\$ 3.176.572,53
Deputado mais bem votado	Deltan Dallagnol (PODE/PR)	R\$ 1.300.000,00	R\$ 0,00	R\$ 686.257,80	R\$ 2.033.135,54	R\$ 3.176.572,53
Deputada menos votada	Silvia Waiãpi (PL/AP)	R\$ 100.000,00	R\$ 26.000,00	R\$ 0,00	R\$ 126.000,00	R\$ 3.176.572,53
Deputada menos votada	Lídice da Mata (PSB/BA)	R\$ 3.004.877,00	R\$ 0,00	R\$ 55.214,00	R\$ 3.053.395,00	R\$ 3.176.572,53
Deputada menos votada	Denise Pêssoa (PT/RS)	R\$ 1.413.460,00	R\$ 0,00	R\$ 44.393,26	R\$ 1.457.836,00	R\$ 3.176.572,53
Deputada menos votada	Helena Lima (MDB/RR)	R\$ 500.000,00	R\$ 70.000,00	R\$ 523.025,00	R\$ 1.092.705,00	R\$ 3.176.572,53
Deputada menos votada	Célia Xakriabá (PSOL/MG)	R\$ 1.115.839,00	R\$ 0,00	R\$ 307.088,50	R\$ 1.420.419,00	R\$ 3.176.572,53
Deputado menos votado	Victor Linhalis (PODE/ES)	R\$ 1.415.000,00	R\$ 0,00	R\$ 10.000,00	R\$ 1.422.314,00	R\$ 3.176.572,53
Deputado menos votado	Henrique Vieira (PSOL/RJ)	R\$ 1.356.505,00	R\$ 0,00	R\$ 33.695,85	R\$ 1.390.080,00	R\$ 3.176.572,53
Deputado menos votados	Alberto Fraga (PL/DF)	R\$ 1.000.000,00	R\$ 500.000,00	R\$ 216.000,00	R\$ 1.716.000,00	R\$ 3.176.572,53
Deputado menos votado	Luiz Ovando (PP/MS)	R\$ 2.000.000,00	R\$ 0,00	R\$ 230.000,00	R\$ 2.230.000,00	R\$ 3.176.572,53
Deputado menos votado	Vinicius Gurgel (PL/AP)	R\$ 1.000.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.000.000,00	R\$ 3.176.572,53

Fonte: TSE. Elaboração própria.

A partir da análise destes dados podemos propor as seguintes conclusões: o recurso de FEFC, com exceção da Deputada Carla Zambelli (PL-SP), Tabata Amaral (PSB-SP) e Alessandra Haber, significou a maior parte da renda da campanha das deputadas (dentre mais votadas e menos votadas). No geral, as mulheres receberam poucos, ou nenhum, recurso advindo do Fundo Partidário. Dentre as mais votadas, somente a deputada Carla Zambelli (PL-SP) recebeu recursos do Fundo Partidário (montante, inclusive, superior aos recursos advindos do FEFC).

Dentre as menos votadas, duas receberam recursos do Fundo Partidário (Helena Lima (MDB/RR) e Silvia Waiãpi (PL/AP)), estes valores foram inferiores aos recebidos advindos do FEFC. Todas as deputadas, com exceção da candidata Silvia Waiãpi, receberam financiamento privado. Dentre as que receberam menos FEFC, duas utilizaram mais recursos privados (Tabata Amaral (PSB-SP) e Alessandra Haber).

Outra informação relevante é que o deputado mais bem votado (Nikolas Ferreira (PL/MG)) foi o que menos gastou em sua campanha (dentre os mais bem votados e as mulheres mais bem votadas). O deputado Nikolas Ferreira (PL/MG) não utilizou nenhum recurso público, somente recursos privados. Por outro lado, o segundo deputado mais bem votado, Guilherme Boulos (PSOL/SP) fez a segunda campanha mais cara, dentre todos os candidatos. Inclusive, recebeu mais recursos do FEFC e investimento privado do que as suas companheiras de partido (Erika Hilton (PSOL-SP) e Célia Xakriabá (PSOL/MG)).

Considerando a filiação partidária, observa-se que Lídice da Mata (PSB/BA) (deputada menos votada do PSB) recebeu mais FEFC do que Tabata Amaral (PSB-SP) (deputada mais votada do PSB), sendo a candidata que mais recebeu FEFC. Além disso, gastou mais em sua campanha que sua companheira de partido, porém recebeu menos votos. A candidata Silvia Waiãpi (PL/AP) (menos votada do PL) recebeu menos recursos do FEFC que sua companheira de partido, Carla Zambelli (PL-SP) (mais votada do PL). Além disso, recebeu menos recursos de fundo partidário e teve menos gastos em sua campanha. Como resultado, teve uma votação pequena, principalmente ao se fazer comparação com sua companheira de partido. Denise Pessôa (PT/RS) também recebeu menos recursos que a candidata mais bem votada de seu partido. Ao comparar as deputadas Helena Lima (MDB/RR) (menos votada do MDB) e Célia Xakriabá (PSOL/MG) (menos votada do PSOL), podemos perceber um dado interessante: ambas receberam quase a mesma quantidade de recursos que suas companheiras de partido mais bem votadas, inclusive, a candidata Helena recebeu mais recursos públicos que a sua companheira de partido. Porém, ambas tiveram uma votação significativamente menor que suas companheiras de partido.

Em relação aos deputados menos votados, estes receberam recursos consideráveis de FEFC, mas somente um recebeu Fundo Partidário. Em geral, foram campanhas com mais investimento que as campanhas femininas menos votadas e com menor incidência de recursos privados com relação às deputadas menos votadas.

Sendo assim, os dados demonstram que, de maneira geral, o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) foi a principal fonte de receita para a maioria das campanhas analisadas. As candidatas, mesmo entre as mais votadas, contaram com pouco ou nenhum recurso oriundo do fundo partidário, o que indica um padrão de subfinanciamento institucional das campanhas femininas.

Outro ponto digno de nota é o peso dos recursos privados nas campanhas de algumas candidatas. Tabata Amaral (PSB-SP), por exemplo, arrecadou recursos expressivos de financiamento privado. Situação semelhante ocorreu com Alessandra Haber (MDB/PA), a mais votada do MDB, que também se destacou entre as deputadas que mais recorreram a fontes privadas.

Entre os deputados mais votados, chama atenção o caso de Nikolas Ferreira (PL/MG), que foi o mais votado do país e, ao mesmo tempo, aquele que menos gastou dentre os mais votados. Por outro lado, o segundo mais votado, Guilherme Boulos (PSOL/SP), realizou a campanha mais cara do grupo. Isso evidencia que, embora as redes sociais possibilitem campanhas de baixo custo, elas não substituem completamente o investimento em estrutura e visibilidade.

Por fim, entre os deputados menos votados, observa-se que a maioria teve acesso significativo ao FEFC, com valores superiores a R\$1.000.000,00 (um milhão de reais). Apenas um deles recebeu também fundo partidário. A maioria teve uma incidência menor de recursos privados em comparação com as deputadas menos votadas, o que indica que mesmo candidaturas masculinas com desempenho eleitoral fraco tendem a acessar mais recursos públicos do que suas equivalentes femininas.

Essa análise evidencia a existência de um desequilíbrio estrutural na distribuição dos recursos de campanha, com forte viés de gênero. Mesmo entre os menos votados, os homens tendem a receber mais financiamento institucional. Essa constatação reforça a importância de critérios justos, equitativos e transparentes de alocação de recursos no interior dos partidos.

3.3 Análise dos gastos com impulsionamento por candidato

A análise de gastos por candidatos, possibilitou uma visão do panorama geral da relação de distribuição e gastos de recursos em campanhas pelos candidatos. Em 2022, os gastos com redes sociais foram os maiores nas últimas eleições (Globo, 2022). Segundo o TSE, foram gastos R\$ 376.335.449,75 (trezentos e setenta e seis milhões, trezentos e trinta e cinco mil, quatrocentos e quarenta e nove reais e setenta e cinco centavos), em campanhas de deputados federais, com impulsionamento em redes sociais, superando em quase R\$ 300.000.000 (trezentos mil reais), os R\$ 79.355.959,04 (setenta e nove milhões, trezentos e trinta e cinco mil, novecentos e cinquenta e nove reais e quatro centavos) das eleições de 2018. As redes sociais, portanto, ocuparam um local muito importante da disputa política e do investimento financeiro. Por isso, buscou-se compreender qual foi a relação dos gastos dos candidatos selecionados para análise com as redes sociais. Na tabela 11 serão apresentados os deputados novamente nas categorias definidas anteriormente, o limite de gastos para o cargo, os gastos totais dos candidatos, os gastos com impulsionamento (a partir do site do TSE foram extraídos todos os valores com indicativo de “impulsionamento de redes”) e a porcentagem de gastos com impulsionamento em relação aos dados totais.

Tabela 11 - Gastos com impulsionamento por candidato (Eleições 2022)

Categoria	Nome	Limite de gastos (Cargo/Estado)⁹⁰	Gastos Totais	Gastos com impulsionamento	impulsionamento
Deputada mais bem votada	Carla Zambelli (PL/SP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 2.087.966,56	R\$ 51.450,00	2,46%
Deputada mais bem votada	Tabata Amaral (PSB/SP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 2.282.868,17	R\$ 93.000,00	4,70%
Deputada mais bem votada	Gleisi Hoffmann (PT/PR)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 2.659.975,01	R\$ 550.000,00	20,68%
Deputadas mais bem votadas	Alessandra Haber (MDB/PA)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.176.829,64	R\$ 0,00	0,00%
Deputadas mais bem votadas	Erika Hilton (PSOL/SP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.479.837,39	R\$ 358.393,24	24,22%
Deputada menos votada	Silvia Waiãpi (PL/AP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 126.000,00	R\$ 12.500,00	10%
Deputada menos votada	Lídice da Mata (PSB/SP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 3.053.394,51	R\$ 8.393,09	0,27%
Deputada menos votada	Denise Pêsoa (PT/RS)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.457.835,61	R\$ 96.633,00	7%
Deputada menos votada	Helena Lima (MDB/RR)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.092.705,13	R\$ 145.000,00	13,27%
Deputada menos votada	Célia Xakriabá (PSOL/MG)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.420.418,93	R\$ 90.000,00	6,33%
Deputado menos votado	Vinicius Gurgel (PL/AP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.000.000,00	R\$ 0,00	0,00%
Deputado menos votado	Henrique Vieira (PSOL/RJ)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.390.080,43	R\$ 350.000,00	25,18%
Deputado menos votado	Alberto Fraga (PL/DF)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.716.000,00	R\$ 11.600,00	0,68%

⁹⁰ Disponível em: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/consulta-individual/limite-gastos/F/2040602022>. Acesso em: 8 de maio de 2025

Deputado menos votado	Luiz Ovando (PP/MS)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 2.230.000,00	R\$ 99.000,00	4,44%
Deputado menos votado	Victor Linhalis (PODE/ES)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 1.422.314,33	R\$ 339.000,00	24,00%
Deputado mais votado	Nikolas Ferreira (PL/MG)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 280391,19	R\$ 30.000,00	10,70%
Deputado mais votado	Guilherme Boulos (PSOL/SP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 2.823.009,89	R\$ 341.810,25	12,11%
Deputado mais votado	Eduardo Bolsonaro (PL/SP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 723.530,10	R\$ 0,00	0
Deputado mais votado	Bruno Lima (PP/SP)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 2.812.000,00	R\$ 350.000,00	12,45%
Deputado mais votado	Deltan Dallagnol (PODE/PR)	R\$ 3.176.572,53	R\$ 2.033.135,54	R\$ 708.000,00	34,82%

Fonte: TSE; Elaboração própria.

Esses dados apresentam algumas reflexões importantes: dentre as deputadas mais votadas, a deputada Carla Zambelli (PL-SP) e Tabata Amaral (PSB-SP), respectivamente, a quarta e a terceira campanha mais caras, percentualmente investiram menos em redes sociais. A Deputada Alessandra Haber (MDB/PA) não investiu em redes sociais. As deputadas Erika Hilton (PSOL-SP) e Gleisi Hoffmann (PT/PR) foram as deputadas que mais investiram em redes sociais, tornando-as centrais em suas campanhas.

Dentre as menos votadas: Silvia Waiãpi (PL/AP), companheira de partido de Carla Zambelli, investiu mais que Zambelli em redes sociais percentualmente, porém esse investimento retornou em menor quantidade de votos. Lídice da Mata (PSB/BA), a campanha mais cara dentre todos os deputados aqui apresentados, investiu uma porcentagem mínima em redes sociais (0,27%). A deputada Denise Pessôa (PT/RS) investiu consideravelmente menos que sua companheira de partido, Gleisi Hoffmann (PT/PR), e obteve menos votos. A deputada Helena Lima (MDB/RR) apesar de ter recebido menos votos que a Deputada Alessandra Haber (MDB/PA) investiu em redes sociais, diferentemente de sua companheira de partido. A candidata Célia Xakriabá (PSOL/MG), apesar de gastar quase o mesmo valor (total) que sua companheira de partido Erika Hilton (PSOL-SP), investiu consideravelmente menos em redes sociais.

Dentre os mais votados, Nikolas Ferreira (PL/MG) investiu menos recursos em sua campanha no geral, mas investiu 10% (dez por cento) de seu orçamento em redes sociais. Guilherme Boulos (PSOL/SP), apesar de ter feito a campanha mais cara dentre os companheiros de seu partido aqui apresentados, investiu menos que a candidata Erika Hilton (PSOL-SP). Eduardo Bolsonaro (PL/SP) não investiu em impulsionamento. Bruno Lima (PP/SP) também investiu valores consideráveis em sua campanha, 12% (doze por cento) e Deltan Dallagnol (PODE/PR) foi o que mais investiu, 34% (trinta e quatro por cento).

Entre os Deputados menos votados, houve um menor investimento em redes sociais, com exceção dos candidatos Victor Linhalis (PODE/ES) e Henrique Vieira (PSOL/RJ), este

último investiu inclusive mais que Guilherme Boulos (PSOL/SP), Erika Hilton (PSOL-SP) e Célia Xakriabá (PSOL/MG), seus colegas de partido.

Ao analisar esses valores, podemos perceber que as campanhas tiveram em média um investimento similar em redes sociais. Porém, os homens mais votados foram os que mais investiram. As mulheres menos votadas investiram menos em redes sociais. Os homens menos votados e as deputadas mais votadas investiram valores proporcionalmente similares ao desempenho eleitoral.

As conclusões extraídas dos dados de gastos com impulsionamento em redes sociais revelam nuances importantes sobre o papel das plataformas digitais nas campanhas eleitorais. O uso estratégico das redes sociais varia consideravelmente, mesmo entre candidatos de um mesmo partido ou com acesso a recursos semelhantes. Essa diversidade de estratégias demonstra que não há uma fórmula única de sucesso, e que o investimento em redes precisa ser acompanhado de planejamento político, narrativa coerente e articulação com outros meios de visibilidade.

De maneira geral, as mulheres que destinam uma parcela significativa de seus recursos ao impulsionamento digital, como Erika Hilton (PSOL-SP) e Gleisi Hoffmann (PT/PR), estiveram entre as mais votadas, o que sugere que o investimento direcionado às redes pode representar um diferencial competitivo relevante para candidaturas femininas. No entanto, essa relação não é automática, nem universal: candidatas como Silvia Waiãpi (PL/AP) e Célia Xakriabá (PSOL/MG), embora tenham investido porcentagens consideráveis em redes sociais, não obtiveram desempenho eleitoral proporcional, o que evidencia que a eficácia do investimento está diretamente ligada à forma como ele é mobilizado em articulação com outros elementos da campanha.

Entre os candidatos mais votados, observa-se uma relação mais clara entre o uso das redes e o desempenho eleitoral, sobretudo quando há um histórico de presença e engajamento orgânico anterior. O caso de Nikolas Ferreira (PL/MG) é emblemático: sua campanha foi uma das mais baratas, mas com investimento proporcional relevante em redes, o que aliado ao seu capital simbólico acumulado permitiu alcançar a maior votação do país. Já entre os menos votados, mesmo candidatos que investiram altos percentuais do orçamento em redes não conseguiram traduzir esses esforços em votos expressivos. Isso reforça a compreensão de que a visibilidade digital, embora necessária, não é suficiente por si só: ela deve estar integrada a uma estrutura de apoio, à construção de imagem pública sólida e ao reconhecimento político pré-existente.

Levantou-se, então, um questionamento a respeito da conversão deste investimento em engajamento. Já sabemos que as mulheres, em geral, têm menos seguidores em redes sociais e que também investiram menos em suas campanhas digitais, além disso, apesar de gastarem mais, tiveram menos votos proporcionalmente. A hipótese levantada foi que apesar de as mulheres terem investido menos que os homens, elas poderiam ter um desempenho melhor. Apesar de não terem investido tanto, parece ser um fator relevante diferença o investimento nas redes sociais no dia a dia, em períodos anteriores aos das campanhas.

3.4 Análise do engajamento dos candidatos

Para tentar compreender o fenômeno, fez-se uma análise do engajamento dos deputados em dois períodos, agosto de 2022 e janeiro de 2020. Essa rede foi selecionada por ser possível direcionar, a partir de um filtro disponível na própria plataforma, a data para recuperar as postagens. Além de disponibilizar os dados de engajamento de maneira simples.

Em primeiro lugar, foi feito um levantamento do número de postagens por dia, de cada candidato, na semana de 24 a 31 de agosto de 2022. Foram selecionadas, então, as postagens mais relevantes por dia. Para definir a relevância, o critério inicial foi o maior número de curtidas nas publicações. Na existência de dois posts com o mesmo número de curtidas, foi feita uma média entre comentários e compartilhamentos para selecionar a postagem com mais engajamento. A partir desses dados, conseguimos observar a média de uso das redes sociais no ano de 2022 em período eleitoral e ter um panorama do engajamento dos candidatos. Após a seleção destas postagens, foi feita uma média de número de postagens por dia, curtidas, comentários e compartilhamentos. O resultado se encontra na tabela 12:

Tabela 12 - Engajamento médio por candidato no Facebook (24 a 31 de agosto de 2022)

Engajamento médio por candidato no Facebook (24 a 31 de agosto de 2022)						
Categoria	Nome	Nº postagens por dia	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Média de engajamento
Deputada mais bem votada	Carla Zambelli (PL/SP)	14	48.325	6.048	25.100	26.491
Deputada mais bem votada	Tabata Amaral (PSB/SP)	2	2.726	840	547	1371
Deputada mais bem votada	Gleisi Hoffmann (PT/PR)	17	11.275	2.737	3.548	5853
Deputada mais bem votada	Alessandra Haber (MDB/PA)	4	302	71	31	135
Deputada mais bem votada	Erika Hilton (PSOL/SP)	3	1.768	104	352	741
Deputada menos votada	Silvia Waiãpi (PL/AP)	2	506	43	156	235
Deputada menos votada	Lídice da Mata (PSB/SP)	7	80	9	12	34
Deputada menos votada	Denise Pêsoa (PT/RS)	1	12	1	1	5
Deputada menos votada	Helena Lima (MDB/RR)	1	18	2	12	11

Deputada menos votada	Célia Xakriabá (PSOL/MG)	3	93	4	12	36
Deputado mais bem votado	Nikolas Ferreira (PL/MG)	2	7.400	962	2.179	3.514
Deputado mais bem votado	Guilherme Boulos (PSOL/SP)	10	7.238	2.194	1.556	3.663
Deputado mais bem votado	Eduardo Bolsonaro (PL/SP)	6	17.862,5	2.174	4.373	8136
Deputado mais bem votado	Bruno Lima (PP/SP)	2	8.225	1.292	482	3333
Deputado mais bem votado	Deltan Dallagnol (PODE/PR)	3	5.357	525	1501	2461
Deputado menos votado	Vinicius Gurgel (PL/AP)	1	40	11	9	20
Deputado menos votado	Henrique Vieira (PSOL/RJ)	6	1.742	790	372	968
Deputado menos votado	Alberto Fraga (PL/DF)	1	19	3	2	8
Deputado menos votado	Luiz Ovando (PP/MS)	2	12	1	3	5
Deputado menos votado	Victor Linhalis (PODE/ES)	3	267	43	27	112

Fonte: Facebook; Elaboração própria.

A análise dos dados de engajamento médio no Facebook em 2022 revela padrões significativos sobre o uso das redes sociais pelas candidaturas à Câmara dos Deputados. Ao observar a relação entre frequência de postagens, investimento em impulsionamento e média de engajamento é possível identificar estratégias distintas entre os grupos analisados, bem como contrastes entre desempenho eleitoral e visibilidade digital.

Entre as deputadas mais bem votadas, destaca-se o caso de Carla Zambelli (PL-SP), que, mesmo com investimento modesto em redes sociais (apenas 2,46% de seus gastos totais), obteve a maior média de engajamento dentre todos os deputados aqui analisados (26.491). Sua estratégia foi pautada por uma presença intensa, com média de 14 (quatorze) postagens diárias, e forte mobilização de base, o que garantiu grande alcance orgânico. Tabata Amaral (PSB-SP), por sua vez, postou pouco (duas vezes ao dia) e destinou 4,7% (quatro inteiros e sete décimos percentuais) de seus recursos ao digital, mas, mesmo assim, alcançou uma média de 1.371 (mil trezentas e setenta e uma) interações, revelando uma boa taxa de conversão entre visibilidade e engajamento. Já Gleisi Hoffmann (PT/PR), que investiu significativamente em redes sociais (20,68% de seus gastos), obteve uma média de 5.853 (cinco mil, oitocentas e cinquenta e três) interações por postagem, o que demonstra que o investimento, alinhado à forte presença nas redes contribuiu de forma efetiva para a construção de visibilidade e resultado eleitoral.

Em contraste, Erika Hilton (PSOL-SP), que destinou 24,22% (vinte e quatro inteiros e vinte e dois décimos percentuais) de seus recursos ao impulsionamento, apresentou uma média de engajamento de 741 (setecentos e quarenta e um), um resultado inferior ao de outras candidatas com investimentos semelhantes. Já Alessandra Haber, que não investiu em redes

sociais, teve a menor média de engajamento entre as mais votadas (134), evidenciando a importância do investimento mínimo combinado à consistência de postagens.

Entre as deputadas menos votadas, observa-se que, embora algumas tenham investido percentualmente mais em redes sociais, os retornos em engajamento foram geralmente baixos. Silvia Waiãpi (PL/AP), por exemplo, mesmo com apenas duas postagens diárias e um investimento de 10% (dez por cento), alcançou uma média de 235 (duzentas e trinta e cinco) interações. Lídice da Mata (PSB/BA), apesar de ter postado com alta frequência (sete posts diários), investiu apenas 0,27% (vinte e sete décimos percentuais) de sua verba em redes sociais, resultando em média de 33 (trinta e três) interações, um retorno muito baixo considerando o volume de publicações. Denise Pessoa (PT/RS), com investimento moderado e uma única postagem por dia, obteve uma média de 4,6 interações. Já Célia Xakriabá (PSOL/MG) obteve a segunda maior média entre as deputadas menos votadas (36), indicando impacto positivo do uso estratégico das redes em sua campanha.

Entre os deputados mais votados, os dados mostram que o investimento em redes, quando aliado a uma base consolidada e forte presença digital, pode ser altamente eficaz. Nikolas Ferreira (PL/MG), por exemplo, destinou 10,7% (dez inteiros e sete décimos percentuais) de seus recursos às redes sociais, postando apenas duas vezes ao dia, e alcançou uma média de 3.513 interações. Guilherme Boulos (PSOL/SP), com frequência elevada de postagens (10 por dia) e investimento de 12,11% (doze inteiros e onze décimos percentuais), obteve média de 3.662 (três mil, seiscentas e sessenta e duas) interações, o que confirma a eficiência da combinação entre engajamento orgânico e impulsionamento. Eduardo Bolsonaro (PL/SP), por sua vez, destaca-se por ter a maior média de engajamento do grupo (8.136), mesmo sem ter investido nenhum recurso em redes sociais impulsionadas, reflexo direto de sua visibilidade consolidada e de uma base extremamente engajada. Já Bruno Lima (PP/SP) e Deltan Dallagnol (PODE/PR), apesar de altos investimentos em redes (12,45% e 34,82%, respectivamente), obtiveram médias inferiores, com 3.333 (três mil, trezentas e trinta e três) e 2.461 (duas mil, quatrocentas e uma) interações, o que evidencia que o retorno não está diretamente vinculado ao valor financeiro, mas sim à estratégia de comunicação e à imagem pública.

No grupo dos deputados menos votados, os dados confirmam que o investimento isolado em redes sociais não garante engajamento expressivo. Henrique Vieira (PSOL/RJ) e Victor Linhalis (PODE/ES) investiram mais de 24% (vinte e quatro por cento) de seus recursos em redes sociais, mas obtiveram médias de 968 (novecentas e sessenta e oito) e cinco interações, respectivamente. A diferença entre ambos ilustra que, além do investimento, o

conteúdo e a capacidade de mobilização são determinantes. Os demais candidatos desse grupo, como Vinicius Gurgel (PL/AP), João Fraga e Luiz Ovando (PP/MS), apresentaram médias muito baixas, mesmo com valores expressivos em campanha, o que reforça a hipótese de que a ausência de engajamento orgânico prévio compromete a eficácia da presença digital.

Em síntese, os dados demonstram que o engajamento nas redes sociais não é garantido pelo volume de investimento ou pela frequência de postagens, mas sim pela conjugação de fatores como relevância política, construção de imagem pública, mobilização de base e uso estratégico das plataformas. De maneira geral, os homens apresentaram maior engajamento médio que as mulheres, com exceção de Carla Zambelli (PL-SP), que elevou significativamente a média feminina. A visibilidade digital, portanto, mostra-se como uma arena desigual, em que candidaturas femininas ainda enfrentam dificuldades para converter presença em apoio efetivo, exigindo maior atenção das políticas públicas voltadas à comunicação política e ao fortalecimento da participação feminina na esfera digital. Porém, podem significar um espaço de destaque para candidaturas inovadoras, como representam a média relevante (dentro de sua categoria) de engajamento de Silvia Waiãpi (PL/AP) e Célia Xakriabá (PSOL/MG), ambas candidatas indígenas.

Para ajudar a compreender o fenômeno do engajamento, foi selecionada uma postagem por dia, durante uma semana de janeiro de 2020, para compreender como era o engajamento orgânico dos candidatos. Foram selecionadas as postagens com mais engajamento, com base nas métricas anteriores de 24 a 31 de janeiro de 2020.

Tabela 13 -Engajamento médio por candidato no Facebook (24 a 31 de janeiro de 2020)

Categoria	Nome	Nº postagens por dia	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Média engajamento
Deputada mais bem votada	Carla Zambelli (PL/SP)	10	9.675	5.401	16.112	10.396
Deputada mais bem votada	Tabata Amaral (PSB/SP)	3	1.733	400	296	810
Deputada mais bem votada	Gleisi Hoffmann (PT/PR)	10	5.513	1.633	2.030	3.059
Deputada mais bem votada	Alessandra Haber (MDB/PA)	0	0	0	0	0
Deputada mais bem votada	Erika Hilton (PSOL/SP)	1	48	1	2	17
Deputada menos votada	Silvia Waiãpi (PL/AP)	1	5	1	1	2
Deputada menos votada	Lídice da Mata (PSB/SP)	3	152	16	96	88
Deputada menos votada	Denise Pêsoa (PT/RS)	1	53	4	6	21
Deputada menos votada	Helena Lima (MDB/RR)	0	0	0	0	0
Deputada menos votada	Célia Xakriabá (PSOL/MG)	1	44	1	15	20
Deputado mais bem votado	Nikolas Ferreira (PL/MG)	1	2.378	343	2.473	1.731

Deputado mais bem votado	Guilherme Boulos (PSOL/SP)	3	6.388	517	1.956	2.954
Deputado mais bem votado	Eduardo Bolsonaro (PL/SP)	7	13.050	2.342	6.637	7.343
Deputado mais bem votado	Bruno Lima (PP/SP)	1	6.983	5.375	5.948	6.102
Deputado mais bem votado	Deltan Dallagnol (PODE/PR)	1	6.138	541	2.673	3.117
Deputado menos votado	Vinicius Gurgel (PL/AP)	0	0	0	0	0
Deputado menos votado	Henrique Vieira (PSOL/SP)	0	0	0	0	0
Deputado menos votado	Alberto Fraga (PL/DF)	0	0	0	0	0
Deputado menos votado	Victor Linhalis (PODE/ES)	0	0	0	0	0
Deputado menos votado	Luiz Ovando (PP/MS)	1	28	4	5	12

Fonte: Facebook; Elaboração própria.

A análise dos dados de engajamento médio no Facebook em 2020 revela aspectos fundamentais para compreender a evolução das estratégias digitais eleitorais entre 2020 e 2022, especialmente sob a ótica de gênero. O objetivo é identificar se houve crescimento expressivo no engajamento das candidaturas entre os dois ciclos e como isso se relaciona com o desempenho eleitoral, frequência de postagens e valores investidos em impulsionamento de conteúdo.

As deputadas mais bem votadas em 2022 apresentaram, de forma geral, um salto significativo de engajamento em comparação com seus dados de 2020. Carla Zambelli (PL-SP), por exemplo, aumentou sua média de engajamento de aproximadamente 10.396 para mais de 26 mil interações por postagem. Gleisi Hoffmann (PT/PR) e Tabata Amaral (PSB-SP) também apresentaram evolução consistente, o que indica que a consolidação de suas presenças digitais, aliada a estratégias de impulsionamento mais estruturadas, contribuiu para esse avanço. No caso de Erika Hilton (PSOL-SP), o engajamento em 2020 era incipiente, mas cresceu de maneira notável em 2022, coincidindo com um maior investimento em redes sociais. Alessandra Haber (MDB/PA) não possuía atividade em 2020, o que reforça a hipótese de que o engajamento em redes é resultado de construção continuada.

Entre as deputadas menos votadas, o cenário é diferente. Embora algumas tenham registrado melhora entre 2020 e 2022, o salto foi modesto. Lídice da Mata (PSB/BA), por exemplo, saiu de uma média de 88 (oitenta e oito) para 33 (trinta e três) em 2022, sinalizando até mesmo uma queda de desempenho. Outras, como Denise Pessôa (PT/RS) e Célia Xakriabá (PSOL/MG), apresentaram variação positiva, mas ainda distante dos números alcançados pelas mais votadas. Silvia Waiãpi (PL/AP) manteve seu engajamento. Esses dados sugerem que a ausência de presença digital consistente e a baixa regularidade de postagens em

momentos anteriores às eleições impactam negativamente os esforços posteriores, mesmo com aporte de recursos financeiros.

Entre os deputados mais bem votados, o padrão é distinto. Eles já possuíam em 2020 os maiores índices de engajamento. Eduardo Bolsonaro (PL/SP), por exemplo, possuía média de 7.343 (sete mil, trezentas e quarenta e três) interações, seguido de Bruno Lima (PP/SP) com 6.102 (seis mil, cento e dois). Em 2022, ambos mantiveram altos patamares, mesmo sem crescimento proporcional expressivo. Isso sugere que, para candidatos com presença consolidada e base fiel, as redes sociais atuam como mecanismo de manutenção de visibilidade, sem exigir aumento constante de investimento em forma de impulsionamento de publicações. Nikolas Ferreira (PL/MG) e Guilherme Boulos (PSOL/SP) também apresentaram bons resultados em 2020, que se sustentaram em 2022, mesmo com variações de investimento.

Dentre deputados menos votados, observa-se um dado ainda mais revelador: a grande maioria sequer fazia uso das redes sociais em 2020. Vinicius Gurgel (PL/AP), Henrique Vieira (PSOL/RJ), João Fraga e Victor Linhalis (PODE/ES) não apresentaram qualquer engajamento registrado, enquanto Dr. Luiz Ovando (PP/MS) teve média residual. Isso evidencia que essas candidaturas não haviam incorporado as redes sociais, de forma relevante, às suas estratégias comunicacionais até aquele momento. Já em 2022, esses candidatos passaram a investir em redes sociais, com algumas campanhas destinando mais de 20% (vinte por cento) de seu orçamento ao impulsionamento. Ainda assim, os resultados em termos de engajamento permaneceram modestos, o que reforça a hipótese de que o uso eficaz das redes sociais requer continuidade, planejamento e presença ativa, não apenas investimento pontual.

Em termos comparativos, o grupo das deputadas mais bem votadas foi o que apresentou o salto mais expressivo de engajamento entre os dois ciclos eleitorais, sugerindo que o investimento moderado em redes sociais, aliado a uma estratégia consistente de comunicação, pode gerar resultados relevantes, tanto em visibilidade, quanto em votos.

As deputadas menos votadas, por outro lado, tiveram evolução mais discreta, o que reforça a importância de apoio técnico e capacitação comunicacional como instrumentos de equidade política. O desempenho dos homens mais bem votados permanece elevado e relativamente estável, apontando que, uma vez consolidada a base digital, os candidatos podem se manter no topo com esforço menor, refletindo a lógica de reprodução de privilégios na arena digital. Já os homens menos votados, embora tenham passado a investir mais em redes sociais em 2022, não conseguiram converter esse movimento em engajamento significativo e, tampouco, em votos.

Portanto, os dados indicam que o engajamento digital eleitoral é cumulativo e relacional: ele depende de continuidade, da construção de autoridade simbólica e da capacidade de mobilização em rede. O simples aporte financeiro, embora importante, não é suficiente por si só para reverter quadros de invisibilidade prévia. Para candidaturas femininas, especialmente as que não contam com capital político ou midiático consolidado, o fortalecimento de estratégias digitais deve estar articulado com ações afirmativas, formação técnica e distribuição justa de recursos. Esse caminho é essencial para garantir condições mais equitativas de disputa em um cenário político cada vez mais moldado pela comunicação digital.

A partir da análise dos dados apresentados neste capítulo, podemos chegar às seguintes conclusões, em linhas gerais:

- I. Os deputados mais votados foram eleitos com quantidade maior de votos do que as mulheres mais bem votadas. Enquanto os homens foram eleitos com 4.041.354 (quatro milhões, quarenta e um mil, trezentos e cinquenta e quatro) votos, as mulheres mais bem votadas foram eleitas com 2.061.174 (dois milhões, sessenta e um mil, cento e setenta e quatro) votos.
- II. A segunda candidata mais bem votada (Tabata Amaral, PSB/SP) tem menos votos que o quinto deputado mais bem votado (Deltan Dallagnol, PODE/PR). Enquanto Tabata obteve 337.873 (trezentos e trinta e sete mil, oitocentos e setenta e três) votos, Deltan obteve 344.917 (trezentos e quarenta e quatro mil, novecentos e dezessete).
- III. De maneira geral, o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) foi a principal fonte de receita para a maioria das campanhas analisadas.
- IV. No geral, as mulheres receberam poucos recursos do Fundo Partidário. Dentre as dez mulheres analisadas, somente três receberam.
- V. As deputadas mais bem votadas, em geral, foram as mais votadas de seus respectivos partidos e estados (com exceção da Erika Hilton (PSOL/SP) Esse dado é importante pois, não necessariamente a reserva de 30% (trinta por cento) dos recursos do FEFC é distribuída dentre todas as candidatas do partido. Estes recursos podem estar concentrados em deputadas que têm melhor desempenho eleitoral.
- VI. O Deputado mais bem votado foi o que menos gastou em sua campanha, dentre os deputados analisados.
- VII. De maneira geral, os homens apresentaram maior engajamento médio que as mulheres.

- VIII. A visibilidade digital, portanto, mostra-se como uma arena desigual, em que candidaturas femininas ainda enfrentam dificuldades para converter presença em apoio efetivo, exigindo maior atenção das políticas públicas voltadas à comunicação política e ao fortalecimento da participação feminina na esfera digital. Porém, podem significar um espaço de destaque para candidaturas inovadoras, como representam a média relevante (dentro de sua categoria) de engajamento de Silvia Waiãpi (PL/AP) e Célia Xakriabá (PSOL/MG), ambas candidatas indígenas.
- IX. Os dados de comparação de engajamento de 2020 e 2022 sugerem que a ausência de presença digital consistente e a baixa regularidade de postagens nas eleições anteriores impactam negativamente os esforços posteriores, mesmo com recursos financeiros. O simples aporte financeiro, embora importante, não é suficiente por si só para reverter quadros de invisibilidade prévia.
- X. Para candidatos com presença consolidada e base fiel, as redes sociais atuam como mecanismo de manutenção de visibilidade, sem exigir aumento constante de investimento.
- XI. Para candidaturas femininas, especialmente as que não contam com capital político ou midiático consolidado, o fortalecimento de estratégias digitais deve estar articulado com ações afirmativas, formação técnica e distribuição justa de recursos.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa buscou compreender as razões pelas quais, apesar dos avanços normativos e tecnológicos, a representação feminina na política brasileira ainda enfrenta desafios significativos. Nesse sentido, a Constituição Federal de 1988 representa não apenas um marco legal, mas também político, ao estabelecer o Brasil como um Estado Democrático de Direito pautado pela igualdade entre todos os cidadãos. Essa igualdade é expressamente reforçada no artigo 5º, ao afirmar que homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, princípio que deve se materializar, inclusive, na composição dos espaços de poder.

Autores como Alexis de Tocqueville (1992) e Robert Dahl (2001) demonstram que a democracia verdadeira se assenta na efetiva participação popular e na igualdade formal. Todavia, a ausência de mulheres nos espaços decisórios compromete essa legitimidade. Como argumentam McDonagh e Monopoli (2012), se as mulheres são maioria da população, mas minoria no Congresso, há um evidente déficit democrático. Jane Mansbridge (1999) sugere que a legitimidade da representação aumenta quando os representantes compartilham características com os representados. Tal representatividade não é apenas simbólica: ela potencializa a qualidade das deliberações e amplia a inclusão.

A sub-representação feminina, portanto, não é apenas uma distorção estatística, mas uma falha estrutural que afeta diretamente a produção legislativa e a justiça social. Como apontam Ane Phillips (1998) e Nancy Fraser (1990), a exclusão das mulheres não resulta apenas da ausência de normas jurídicas mais igualitárias, mas reforça mecanismos simbólicos, culturais e institucionais que perpetuam a desigualdade. O ideal democrático, baseado na soberania popular e na igualdade formal, exige mais do que o direito ao voto, demanda condições reais para a participação de todos os grupos sociais.

A ampliação da presença feminina nos espaços de poder é, portanto, uma exigência democrática, jurídica e ética. Países com maior presença de mulheres nos parlamentos adotam políticas públicas mais inclusivas e sensíveis a demandas sociais amplas. Além disso, a participação feminina impacta diretamente a definição das agendas temáticas, promovendo maior atenção a grupos vulnerabilizados. Entretanto, persistem estereótipos que associam o feminino ao espaço privado, desqualificando sua atuação na esfera pública e alimentando uma cultura política excludente.

Nesse sentido, o fortalecimento da democracia passa necessariamente pela adoção de políticas afirmativas que assegurem não apenas o direito à candidatura, mas as condições

materiais e simbólicas para a eleição de mulheres. A efetividade do Estado Democrático de Direito depende da representação de todos os grupos na arena política. A igualdade formal deve ser acompanhada da igualdade material, pois só assim a soberania popular poderá se realizar de maneira plena e legítima.

Apesar disso, a presença das mulheres nos espaços de poder continua aquém do necessário para garantir uma democracia substancialmente igualitária. Globalmente, em 2024, a representação feminina nos parlamentos permaneceu estagnada em 27% (vinte e sete por cento), segundo dados da *Inter-Parliamentary Union* (2024). No Brasil, embora 51,5% (cinquenta e um inteiros e cinco décimos percentuais) da população seja composta por mulheres, apenas 18% das cadeiras na Câmara dos Deputados foram ocupadas por elas. Esse descompasso evidencia a persistência de barreiras estruturais, simbólicas e institucionais que dificultam o ingresso e a permanência das mulheres na política

A trajetória da cidadania política feminina, marcada por uma exclusão inicial absoluta, seguida de um período de discriminação e, por fim, por uma conquista teórica de igualdade, revela que a igualdade formal é insuficiente para garantir equidade. É necessário que o Estado atue positivamente, por meio de políticas públicas, ações afirmativas e reformas institucionais, para corrigir os efeitos de um processo histórico excludente. Medidas especiais de caráter temporário são legítimas e indispensáveis para acelerar a igualdade de fato entre os sexos.

As cotas de gênero para candidaturas, fixadas em 30% (trinta por cento) desde 1995, revelaram-se complexas. Embora tenham assegurado um patamar mínimo de candidaturas femininas, não impediram práticas fraudulentas como as candidaturas laranja. A mudança de 2018, que garantiu às mulheres a reserva proporcional de 30% (trinta por cento) do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e do tempo de rádio e televisão, observou-se um salto significativo na presença feminina: de 11% (onze por cento) para 16% (dezesseis por cento) das cadeiras na Câmara. As evidências deixam claro, não basta permitir a candidatura, é necessário financiar, garantir estrutura e criar condições materiais para que essas candidaturas se tornem viáveis e competitivas.

As redes sociais e as tecnologias digitais transformaram profundamente a dinâmica da política contemporânea, alterando os modos de comunicação, engajamento e visibilidade de candidaturas. No Brasil, uma pesquisa recente do DataSenado (2023) revelou que 45% (quarenta e cinco por cento) dos eleitores admitem ter o voto influenciado pelas redes sociais, o que evidencia sua crescente centralidade nos processos democráticos. Esse novo ecossistema comunicacional tem potencial emancipatório, especialmente para candidaturas

historicamente marginalizadas pelos meios tradicionais de comunicação, como é o caso das mulheres.

Ao oferecer um canal direto com o eleitorado, de baixo custo e com grande poder de segmentação, as redes sociais tornam-se uma estratégia viável para candidatas com menor acesso a recursos ou estruturas partidárias robustas. Estudos como os de McGregor e Mourão (2017) mostram que as mulheres, em geral, ocupam posições mais centrais em redes digitais de discussão política e apresentam maior taxa de engajamento em suas postagens. Além disso, pesquisas internacionais indicam que as mídias digitais aumentam o senso de autoeficácia e empoderamento político de mulheres candidatas, ao possibilitarem maior controle narrativo sobre suas trajetórias e propostas (Hivos, 2021; Harrington, 2020).

Entretanto, os mesmos espaços que promovem visibilidade e conexão também ampliam a exposição a práticas de violência simbólica e ataques de gênero. As redes funcionam, frequentemente, como arenas desreguladas onde a violência política de gênero se dissemina com rapidez, naturalidade e impunidade. As formas mais comuns incluem assédio moral, insultos misóginos, ataques à aparência física, sexualização indevida e questionamentos constantes da legitimidade da atuação política feminina. O relatório da ONU Mulheres (2021) e o estudo “Violence Against Women in Elections Online” (NDI & IFES, 2019) demonstram que tais ataques têm efeitos concretos sobre a liberdade de expressão das mulheres, levando muitas candidatas a autocensura, abandono de plataformas digitais ou desistência de suas candidaturas.

A violência política online contra mulheres é, portanto, não apenas uma questão de segurança individual, mas um fenômeno que ameaça a própria qualidade democrática, pois reduz a pluralidade de vozes no debate público. Além disso, a natureza difusa, viral e muitas vezes anônima desses ataques dificulta sua identificação e responsabilização, criando um cenário de impunidade que reforça práticas de silenciamento.

Dessa forma, embora as redes sociais representem uma importante ferramenta de inserção política e visibilidade para as mulheres, é indispensável que seu uso esteja acompanhado de políticas públicas, regulamentações eficazes e ações institucionais que assegurem um ambiente digital seguro e democrático. A criação de protocolos para denúncia, a responsabilização de agressores e a educação midiática da população são algumas das estratégias fundamentais para enfrentar esse desafio, garantindo que as redes sejam instrumentos de inclusão, e não de exclusão, no processo democrático.

Do ponto de vista metodológico, a presente pesquisa assumiu como objeto de análise a combinação entre financiamento de campanha e engajamento digital no Facebook, com

recorte por gênero e desempenho eleitoral. A escolha dessa plataforma se justifica tanto por seu uso expressivo nas campanhas eleitorais em 2022 (mas também anteriores) quanto pela disponibilidade pública de dados, ainda que limitada. O Facebook, mesmo diante da ascensão de redes como Instagram e TikTok, permanece central para estratégias de mobilização, especialmente em faixas etárias mais altas e em regiões com menor penetração de internet móvel.

No entanto, é importante destacar as limitações impostas pelo atual cenário de restrição no acesso a dados via API, que compromete a amplitude das análises e impõe obstáculos ao desenvolvimento de pesquisas empíricas com base em grandes volumes de informação pública. Essa limitação reforça a necessidade de políticas que garantam a transparência das plataformas digitais, especialmente durante períodos eleitorais, e que assegurem o direito à pesquisa como parte integrante do controle social e do fortalecimento democrático. Ao adotar uma metodologia que cruza dados financeiros com métricas de engajamento, este estudo contribui para aprofundar a compreensão sobre a desigualdade estrutural de gênero na política brasileira e revela os mecanismos, visíveis e invisíveis, que atuam na mediação entre recursos materiais, presença digital e viabilidade eleitoral.

Os dados coletados revelam um cenário de desigualdade persistente, mas também apontam caminhos possíveis para a ampliação da representatividade feminina por meio da combinação de recursos financeiros adequados, presença digital contínua e estratégias comunicacionais eficazes. Os dados sobre financiamento indicaram que, embora as deputadas mais votadas tenham conseguido acessar montantes relevantes do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), ainda enfrentam maiores dificuldades no recebimento de recursos do Fundo Partidário em comparação com seus colegas homens. Essa assimetria se agrava no caso das deputadas menos votadas, que não apenas receberam menos recursos, como também fizeram uso mais restrito das redes sociais. A análise do custo médio por voto evidencia de forma contundente esse custo de gênero: mulheres gastam mais por voto obtido, e mesmo com campanhas mais caras, não atingem o mesmo patamar de retorno eleitoral, revelando um déficit estrutural de competitividade.

No campo da comunicação digital, as redes sociais se mostraram tanto um espaço de oportunidade quanto de contradição. A análise dos investimentos em impulsionamento revelou que candidatas como Erika Hilton (PSOL-SP) e Gleisi Hoffmann (PT/PR) destinaram percentuais significativos de seus orçamentos às redes sociais e obtiveram engajamentos relevantes, enquanto outras, como Carla Zambelli (PL-SP), mesmo com baixos investimentos, alcançaram números expressivos por meio de presença constante e fidelização de base. Por

outro lado, candidatas como Alessandra Haber, que não investiram em redes sociais, tiveram baixos índices de engajamento, reforçando a importância da presença digital planejada. Os dados também mostraram que o simples volume de recursos aplicados em impulsionamento não garante retorno proporcional em engajamento ou votos: a eficácia está diretamente ligada à identidade política e à presença anterior nas redes.

A comparação entre os dados de engajamento no Facebook em 2020 e 2022 é particularmente reveladora. Enquanto os homens mais bem votados já apresentavam altos índices de engajamento em 2020 e apenas os mantiveram em 2022, as mulheres mais votadas protagonizaram um salto significativo de sete vezes no engajamento médio, resultado de investimento direcionado e uso mais consistente das redes ao longo do tempo. Esse avanço, no entanto, não se replicou entre as mulheres menos votadas, que, apesar de algum crescimento, mantiveram níveis de visibilidade e retorno muito abaixo da média. Já os homens menos votados, em sua maioria, sequer utilizavam redes sociais em 2020 e, mesmo após passarem a investir em 2022, não obtiveram desempenho proporcional, o que confirma que o engajamento digital é cumulativo, relacional e altamente dependente de estratégias de comunicação.

Portanto, os dados analisados demonstram que a desigualdade de gênero na política brasileira não se expressa apenas na sub-representação numérica das mulheres nos parlamentos, mas permeia todo o processo eleitoral: da captação de recursos à visibilidade pública, da estrutura de apoio partidário à recepção do eleitorado nas redes sociais. A superação desse quadro exige a combinação de políticas afirmativas robustas, regulação das plataformas digitais, fortalecimento institucional dos mecanismos de financiamento equitativo e, sobretudo, o reconhecimento de que a igualdade formal entre homens e mulheres só poderá se realizar plenamente com a construção de condições de educação e formação da sociedade. A presença digital das mulheres pode ser uma ferramenta poderosa de ruptura, mas apenas quando sustentada por estrutura, proteção institucional e estratégia comunicacional de longo prazo.

Além das questões estruturais do sistema eleitoral e das dinâmicas das redes sociais, a pesquisa evidenciou que os partidos políticos também são um dos principais gargalos para a efetivação da igualdade de gênero na política brasileira. Embora sejam os responsáveis formais pela indicação de candidaturas, distribuição de recursos e estratégias de campanha, muitos partidos ainda operam segundo lógicas hierárquicas e patriarcais que privilegiam lideranças masculinas e dificultam o acesso das mulheres às condições reais de competitividade.

A aplicação de cotas de candidaturas e a destinação obrigatória de recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) foram conquistas importantes, mas sua efetividade depende de critérios claros e fiscalização rigorosa por parte da Justiça Eleitoral. Ainda é comum que os recursos sejam concentrados em poucas candidaturas femininas já consolidadas, enquanto outras são negligenciadas ou utilizadas para simular cumprimento da lei, como revelam os casos de candidaturas laranja.

É imprescindível, portanto, que os partidos sejam responsabilizados pela adoção de práticas transparentes e equitativas na alocação interna de verbas, no acesso à propaganda gratuita e no apoio técnico e estratégico às candidatas. Sem esse compromisso institucional, as medidas legais tendem a produzir apenas efeitos formais, sem alterar a estrutura de oportunidades. A democratização interna dos partidos, com regras públicas, formação política com perspectiva de gênero e mecanismos de responsabilização, é condição indispensável para a construção de uma democracia verdadeiramente inclusiva.

Além disso, é urgente que se invista na capacitação técnica, comunicacional e política das candidatas, especialmente daquelas situadas em contextos regionais ou periféricos, onde as desigualdades de estrutura são mais profundas. O salto de mais de seiscentos por cento no engajamento das deputadas mais votadas revela o potencial de programas de formação específicos em gestão de redes sociais e marketing político voltados para mulheres, sobretudo iniciantes na vida partidária.

Contudo, maior visibilidade também amplia a exposição à violência de gênero: os comentários analisados mostram que as candidatas enfrentam julgamento pessoal mais severo e alusões diretas ao seu corpo ou comportamento. Por isso, qualquer política de incentivo à participação feminina deve vir acompanhada de mecanismos de denúncia célere, moderação prioritária de conteúdos misóginos e tipificação penal clara para violência política on-line. É imprescindível a criação de protocolos específicos para o enfrentamento da violência política de gênero nas redes sociais, construídos em articulação com a Justiça Eleitoral, as plataformas digitais e organizações da sociedade civil. Tais protocolos devem garantir respostas rápidas e eficazes a ataques misóginos, bem como oferecer suporte institucional às vítimas, de forma a não naturalizar nem invisibilizar essas práticas.

Por fim, a regulamentação da atuação das plataformas digitais durante os períodos eleitorais torna-se cada vez mais essencial. A crescente centralidade das redes sociais nas campanhas políticas torna urgente a criação de marcos regulatórios específicos que disciplinem sua atuação durante os períodos eleitorais. A ausência de regras claras sobre impulsionamento de conteúdo, moderação de comentários e transparência algorítmica tem

favorecido práticas desleais, além de perpetuar a disseminação de discursos misóginos e antidemocráticos. No caso das candidaturas femininas, essa desregulação impacta de forma ainda mais severa, uma vez que amplia sua vulnerabilidade a ataques coordenados e desinformação

É necessário que o sistema jurídico-eleitoral brasileiro avance na formulação de normas que assegurem a responsabilização das plataformas por conteúdos que violem direitos fundamentais, especialmente aqueles que se configuram como violência política de gênero. Isso inclui, por exemplo, a exigência de relatórios públicos sobre gastos com impulsionamento, critérios de visibilidade algorítmica e mecanismos eficazes de denúncia e remoção de conteúdos ofensivos durante a campanha.

Experiências internacionais, como as legislações aplicadas no México e na União Europeia, têm demonstrado que é possível equilibrar liberdade de expressão com responsabilidade digital, sobretudo quando se trata da integridade do processo eleitoral. A articulação entre Justiça Eleitoral, sociedade civil, plataformas digitais e órgãos de pesquisa é fundamental para construir protocolos éticos, transparentes e eficazes, capazes de proteger candidaturas vulnerabilizadas e garantir um ambiente democrático mais equitativo.

É preciso garantir maior transparência quanto aos critérios de impulsionamento de conteúdo, assegurar mecanismos de responsabilização das plataformas em casos de disseminação de discursos de ódio e garantir a remoção ágil de conteúdos misóginos e violentos que atentem contra a integridade das candidatas. Além da necessidade da transparência

O trabalho visa contribuir com o desenvolvimento de um modelo de análise crítica das redes sociais que pode ser explorado em outros âmbitos da dinâmica política além das questões de gênero. O que se faz imprescindível com o encarecimento e restrição das Application Programming Interfaces (APIs) das redes sociais. Tal fato dificulta o acesso de pesquisadores a dados públicos em larga escala, prejudicando o desenvolvimento de pesquisas empíricas que buscam compreender a relação entre as redes sociais e os processos eleitorais.

Os achados desta pesquisa abrem espaço para o desenvolvimento de novos estudos que aprofundem a relação entre gênero, financiamento e visibilidade digital nas campanhas eleitorais. Um dos caminhos mais promissores consiste na ampliação do recorte analítico para além da variável de gênero, incorporando a perspectiva interseccional de raça, território e identidade de gênero, de modo a compreender como múltiplas desigualdades se entrecruzam na disputa política. A análise de candidaturas negras, indígenas e trans, por exemplo, pode

revelar padrões ainda mais complexos de exclusão ou resistência que não se expressam plenamente nas métricas de gênero binário.

Outro desdobramento importante consiste na diversificação das plataformas analisadas. Ainda que o Facebook tenha oferecido uma base de dados acessível e relevante, redes como Instagram, TikTok e YouTube têm assumido papel central na comunicação política contemporânea, especialmente entre os públicos jovens e periféricos. A investigação comparada entre plataformas pode contribuir para mapear diferenças no engajamento, nos tipos de violência enfrentada e na eficácia comunicacional de diferentes perfis de candidatura.

Ademais, é fundamental que pesquisas futuras se debrucem sobre os efeitos de eventuais mudanças legislativas no campo do financiamento de campanha e da regulação digital. Acompanhar o impacto de políticas públicas, decisões judiciais e alterações nas regras do jogo é essencial para aferir sua efetividade, apontar distorções e sugerir aprimoramentos. O monitoramento contínuo do comportamento dos partidos, das plataformas e do eleitorado, com base em dados empíricos e análise crítica, é um instrumento indispensável para a construção de uma democracia mais equânime, transparente e plural.

O avanço da democracia brasileira passa, necessariamente, pela superação das assimetrias de gênero que estruturam o acesso e a permanência nos espaços de poder. Garantir que mulheres possam disputar, vencer e exercer mandatos em condições de igualdade não deve ser tratado apenas como cumprimento de um preceito constitucional, mas como imperativo democrático e civilizatório. A paridade de gênero na política não é uma concessão, mas uma condição para a legitimidade das instituições representativas, para o fortalecimento da soberania popular e para a formulação de políticas públicas mais justas e inclusivas. A democracia se realiza, em sua plenitude, quando todos os sujeitos políticos têm suas vozes reconhecidas, seus corpos respeitados e sua presença assegurada como parte indissociável do processo coletivo de construção do futuro.

REFERÊNCIAS

- AAKER, Jennifer; CHANG, Victoria. *Obama and the Power of Social Media and Technology*. Stanford, CA: Stanford Graduate School of Business, 2009. Disponível em: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/case-studies/obama-power-social-media-technology>. Acesso em: 16 fev. 2025.
- ALMEIDA, Isadora Maria Gomes de. *Cotas eleitorais de gênero: análise dos debates em torno das medidas de fomento da participação feminina na política*. 2019. 146 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.
- ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de; LÜCHMANN, Lígia Helena Hahn; RIBEIRO, Leandro Molhano. *Democracia, representação e instituições políticas: uma revisão da literatura*. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 27, n. 80, p. 23–40, 2012.
- ALVES, Marcus Vinícius Chevitarese; SACCHET, Teresa; MATHEUS, Thiago Alexandre Melo. *O efeito do financiamento público de campanha na eleição de mulheres no Brasil*. *Cadernos Pagu*, Salvador, v. 11, n. 2, p. e11223017, jul./dez. 2023. Disponível em: <http://www.feminismos.neim.ufba.br>. Acesso em: 14 jun. 2025. ISSN 2317-2932.
- ARAÚJO, Clara. *Cotas femininas e financiamento de campanha*. *Cadernos Adenauer*, n. 3, p. 15–30, 2013. Disponível em: <https://www.kas.de/pt/web/brasil/publications>. Acesso em: 7 maio 2025.
- BANCO MUNDIAL. *Mulheres, empresas e o direito 2020*. Washington, DC: Banco Mundial, 2020. Disponível em: <https://wbl.worldbank.org/pt/reports>. Acesso em: 7 maio 2025.
- BARBIERI, Catarina Helena Cortada; RAMOS, Luciana de Oliveira; MARDEGAN, Ivan Osmo; MARIN, Juliana Fabbron; YOUSSEF, Lais Menegon. *Igualização da disputa ou reprodução de desigualdades? Uso do Facebook por candidatas à Câmara Federal por São Paulo em 2018*. *Opinião Pública*, Campinas, v. 27, n. 2, p. [informar páginas — ex.: 101–123], maio/ago. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-01912021272650>. Acesso em: 16 jun. 2025.
- BARONA, Silvia Vilar. *Cuarta revolución industrial (4.0) o ciber industria en el proceso penal: revolución digital, Inteligência Artificial y el camino hacia la robotización de la justicia*. *Revista Jurídica Digital UANDES*, v. 3, n. 1, 2019, p. 1–17. ISSN-e 0719-7942. Disponível em: <http://rjd.uandes.cl/index.php/rjduandes/article/view/64/0>. Acesso em: 4 out. 2022.
- BARROSO, Bianca Stella Azevedo; FREITAS, Maurício Assuero Lima de. *Políticas afirmativas e a sub-representatividade das mulheres nos cargos eletivos do Brasil: análise das eleições de 2014, 2018 e 2020*. *Almanaque de Ciência Política*, Vitória, v. 7, n. 1, p. 1–14, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/almanaque/article/view/41659>. Acesso em: 11 jun. 2025.
- BIROLI, Flávia. *Gênero e desigualdades: limites da democracia no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2010. Disponível em: <https://www.boitempoeditorial.com.br/produto/genero-e-desigualdades-152623>. Acesso em: 12 jun. 2025.

BOWLES, N (2016) Former lawmaker Wendy Davis: “Trolls want to diminish and sexualize you.” The Guardian, 12 March. Available at: <https://www.theguardian.com/culture/2016/mar/12/wendy-davis-sxsw-2016-texas-trolls-online-abuse> (accessed 9 August 2017)

BOLDYREVA, E. L.; GRISHINA, N. Y.; DUISEMBINA, Y. Cambridge Analytica: Ethics And Online Manipulation With Decision-Making Process. In: CHERNYAVSKAYA, V.; KUŠE, H. (Eds.). Professional Culture of the Specialist of the Future, vol 51. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, 2018, p. 91–102. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2018.12.02.10>.

BORBA, Bernardo Gureck; BORBA, Gisele Mara Gureck. Requisitos para uma democracia plena. Paraná Eleitoral: revista brasileira de direito eleitoral e ciência política, Curitiba, v. 11, n. 2, p. 1-12, 2022.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 7 maio 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Gênero: estatística de participação feminina na força de trabalho. Agência IBGE, 25 jun. 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/en/agencia-news/38572-informacoes>. Acesso em: 16 jun. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Democracia e participação política: gênero e representação nas eleições de 2018. Brasília: TSE, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/server/api/core/bitstreams/b043daf5-eac3-4ae5-8436-679791141fb8/content>. Acesso em: 7 maio 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. DivulgaCandContas – Sistema de Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais. Brasília: TSE, 2022. Disponível em: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/home>. Acesso em: 7 maio 2025.

CAMPOS, Bárbara Lopes; TOLLEDO, Luisa Novais. Poder e igualdade de gênero: políticas de cotas para mulheres nos países da América Latina. Mosaico – Revista de Ciências Humanas, v. 7, n. 11, 2016.

CARTER, A, Sneesby J (2017) Mistreatment of women MPs revealed. BBC News, 25 de Janeiro. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-38736729>. Acesso em 14 junho 2025.

COSTA RIBEIRO, Clarissa de Lima. A sub-representação das mulheres na política brasileira e o conseqüente enfraquecimento da democracia. 2024. 130 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade de Brasília, Brasília, 2024.

DA SILVA, Salette María(2022). Supremacia masculina nos partidos políticos: Violência política simbólica contra as mulheres? REV. IGAL, I (1), 65-79.

DAHL, Robert A. Sobre a democracia. Tradução de Beatriz Sidou. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. 230 p. Tradução de: On Democracy. ISBN 85-230-0621-4.

D'ÁVILA, Manuela. Eu sempre soube que era difícil, mas não é justo que seja tão difícil assim.

In: D'ÁVILA, Manuela (org.). Sempre foi sobre nós: relatos da violência política de gênero no Brasil. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2022b. p. 123-136.

DE NADAL, L.; JANČÁRIK, P. Beyond the deepfake hype: AI, democracy, and “the Slovak case”. Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, 2024.
<https://doi.org/10.37016/mr-2020-153>.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil. 2020. 303 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em:
https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/31967/1/Tese_Tatiana%20Dourado.pdf. Acesso em: 16 fev. 2025.

DUCHIade, André. O Desvio de Conduta Do Facebook Na Índia. Época, 28 ago. 2020. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/epoca/mundo/o-desvio-de-conduta-do-facebook-na-india-2461069>. Acesso em: 21 fev. 2025.

FRANCESCHET, Susan; KROOK, Mona Lena; PISCOPO, Jennifer M. The Impact of Gender Quotas. New York: Oxford University Press, 2012.

FRASER, Nancy. Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. Social Text, n. 25/26, p. 56–80, 1990. Disponível em:
https://carbonfarm.us/amap/fraser_public.pdf. Acesso em: 12 jun. 2025.

FRASER, Nancy; ARRUZZA, Cinzia; BHATTACHARYA, Tithi. Feminismo para os 99%: um manifesto. São Paulo: Boitempo, 2019.

FRIEDRICH, Denise; LEITE, Lívia; GRAEFF, Gabriela de Souza. Participação política das mulheres e democracia paritária: desafios para a igualdade substantiva de gênero. Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais – RPPI, v. 8, n. 1, p. 209–228, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/rppi/article/view/74874>. Acesso em: 11 jun. 2025.

GALINARI, Fabiana Flores de Carvalho. Ativismo na internet e o impeachment de Dilma Rousseff: as estratégias de convocação dos movimentos pró e contra a presidenta do Brasil, 2014–2016. 2017. 186 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em:
<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/164349>. Acesso em: 16 fev. 2025.

GEHRINGER, F.; NEHRING, C.; ŁABUZ, M. The Influence of Deep Fakes on Elections: Legitimate Concern or Mere Alarmism? [s.l.: s.n.]. Disponível em:
<https://www.kas.de/documents/d/guest/the-influence-of-deep-fakes-on-elections>.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Wilson; REIS, Breno Fernandes Lucas; SILVA, Tarcizio. “Politics 2.0”: a campanha on-line de Barack Obama em 2008. Revista de Sociologia e Política, Curitiba, v. 17, n. 34, p.

29–43, out. 2009. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rsocp/a/gFnR7qWvytkqpKF9ctQyj3w>. Acesso em: 21 fev. 2025.

GONÇALVES, Luiz Carlos dos Santos . “Exame Da Lei 13.831/2019: Menos Dinheiro Para as Mulheres E O Provisório Que Nunca Se Acaba.” *A Cachaça Eleitoral*, Luiz Carlos dos Santos , 30 May 2019, Disponível em:

www.acachacaeleitoral.com/blog/exame-da-lei-13831-2019-menos-dinheiro-para-as-mulheres-e-o-provis%C3%B3rio-que-nunca-se-acaba. Acesso em 15 de maio de 2025.

HARRINGTON, Emma. *Gender, media, and politics: A critical analysis of women’s political communication in the digital age*. Tacoma: University of Puget Sound, [s.d.]. Disponível em:

https://www.pugetsound.edu/sites/default/files/file/harrington-emma_0.pdf. Acesso em: 12 jun. 2025.

HIVOS. *A democracy fit for all: how to address gendered barriers to political participation*. The Hague: Hivos Foundation, 2021. Disponível em: <https://hivos.org>. Acesso em: 7 maio 2025.

HUNT E, Evershed N, Liu R, et al. (2016) From Julia Gillard to Hillary Clinton: Online abuse of politicians around the world. *The Guardian*, 27 Junho. Disponível em:

<https://www.theguardian.com/technology/datablog/ng-interactive/2016/jun/27/from-julia-gillard-to-hillary-clinton-online-abuse-of-politicians-around-the-world>. Acesso em 14 de junho de 2025

INTERNETLAB; JUSTIÇA GLOBAL; AZMINA. *MonitorA: violência política de gênero online nas eleições 2022*. São Paulo: InternetLab, 2022. Disponível em:

<https://www.internetlab.org.br>. Acesso em: 7 maio 2025.

KUMARI, Madhu. *Social Media And Women Empowerment*. *International Journal of Scientific & Technology Research*, v. 9, n. 3, p. 626–629, fev. 2024

KULAITIS, Letícia Figueira Moutinho. “Os homens estruturam um mundo deles e para eles”: a violência política de gênero como estratégia ortodoxa de reprodução do campo político.

Mediações: *Revista de Ciências Sociais*, Londrina, v. 29, n. 1, p. 1–20, jan./abr. 2024.

E-ISSN: 2176-6665. DOI: <https://doi.org/10.5433/2176-6665.2024v29n1e49152>. Acesso em: 16 jun. 2025.

LIMA, Débora de. *Democracia no Brasil e participação das mulheres na política*. In: *Anais do I Seminário Internacional de Ciência Política*, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, set. 2015.

MANSBRIDGE, Jane. *Should Blacks Represent Blacks and Women Represent Women? A Contingent "Yes"*. *The Journal of Politics*, Chicago, v. 61, n. 3, p. 628–657, 1999. DOI:

<https://doi.org/10.2307/2647821>.

MARQUES, Débora Cristina. *Gênero e representação política: uma análise da (sub)representação das mulheres no Parlamento Brasileiro*. *Revista de Direito e Liberdade*, João Pessoa, v. 20, n. 2, p. 143–160, 2018.

MARQUES, Teresa Cristina de Novaes. O voto feminino no Brasil. 2. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2019. ISBN 978-85-402-0683-0.

MARTINS, Andréa Maria da Silva. Política de cotas: o desafio da inclusão das mulheres no legislativo. Revista da Faculdade de Direito da UFMG, Belo Horizonte, n. 53, p. 189–214, jul./dez. 2008. Disponível em: <https://www.periodicos.ufmg.br/index.php/revista-direito/article/view/3466>. Acesso em: 7 maio 2025.

MARTINS, Eneida Valarini. A política de cotas e a representação feminina na Câmara dos Deputados. 2007. 58 f. Monografia (Especialização) – Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor), Câmara dos Deputados, Brasília, 2007.

MATOS, Marlise. A violência política sexista, racista e interseccional: mapeando conceitos da violência política contra as mulheres. In: D'ÁVILA, Manuela (Org.). Sempre foi sobre nós: relatos da violência política de gênero no Brasil. Porto Alegre: Instituto E Se Fosse Você, 2021. p. 210–226.

MCDONAGH, Eileen; MONOPOLI, Paula A. The Gendered State and Women's Political Leadership. In: BAINES, Beverley; BARAK-EREZ, Daphne; KAHANA, Tsvi (orgs.). Feminist constitutionalism: global perspectives. New York: Cambridge University Press, 2012. p. 169.

McGREGOR, Shannon C.; MOURÃO, Rachel K. Talking politics on Twitter: gender, elections, and social networks. Social Science Computer Review, v. 35, n. 4, p. 499–520, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894439316666276>.

NASCIMENTO, Camila Teixeira do; MOREIRA, Diogo Rais Rodrigues. Igualdade de gênero nas eleições: a fraude no processo eleitoral através de candidatas laranjas = Gender equality in elections: the electoral fraud through female stooge candidates. Resenha Eleitoral (Florianópolis), v. 23, n. 1, p. 165–186, 2019.

O'BRIEN, Diana Z.; PISCOPO, Jennifer M. The impact of women in parliament. In: GEYER, Michael; FITZPATRICK, Sheila (Ed.). Political Women: Essays in Political Science and Gender Studies. [S.l.]: Oxford University Press, 2019. p. 140–157. Disponível em: <https://www.jenniferpiscopo.com/wp-content/uploads/2020/06/OBrien-and-Piscopo-2019.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2025.

ONU MULHERES. Why so few women are in political leadership, and five actions to boost women's political participation. 10 set. 2024. Disponível em: <https://www.unwomen.org/en/news-stories/explainer/2024/09/five-actions-to-boost-womens-political-participation>. Acesso em: 7 maio 2025.

ONU. Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW). Adotada em 18 de dezembro de 1979. Entrada em vigor em 3 de setembro de 1981. Disponível em: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women>. Acesso em: 7 maio 2025.

ONU. Convenção sobre os Direitos Políticos da Mulher. Adotada em 20 de dezembro de 1952. Entrada em vigor: 7 de julho de 1954. Disponível em: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-political-rights-women>. Acesso em: 7 maio 2025.

ONU. Declaração Universal dos Direitos Humanos. Paris, 1948. Disponível em: <https://www.un.org/pt/universal-declaration-human-rights>. Acesso em: 7 maio 2025.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS; CEPAL - Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe. Observatório de Igualdade de Gênero na América Latina e Caribe, 2022. Disponível em: <<https://oig.cepal.org/pt>>. Acesso em: 15. out. 2022.

PEIXOTO, Vitor de Moraes; MARQUES, Larissa Martins; RIBEIRO, Leandro Molhano. Financiamento de campanhas e o desempenho eleitoral das mulheres nas eleições. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 36, n. 106, p. 111–130, 2022.

PETER, Christine; DAMASCENO, Natália Rocha. Comemorar voto feminino é também denunciar violência política de gênero. *Consultor Jurídico*, 27 fev. 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-fev-27/observatorio-constitucional-comemorar-voto-feminino-tambem-denunciar-violencia-politica-genero>. Acesso em: 10 jan. 2024

PHILLIPS, Anne. *The politics of presence*. Oxford: Oxford University Press, 1998.

PINHO, Tássia Rabelo de. 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, e67271, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2020v28n267271>. Acesso em: 16 jun. 2025.

SANER E (2016) Vile online abuse against female MPs “needs to be challenged now”. *The Guardian*, 18 Junho. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2016/jun/18/vile-online-abuse-against-women-mps-needs-to-be-challenged-now>. Acesso em 14 de junho de 2025.

SANTANA, Ana Cláudia; AIETA, Vânia Siciliano. *O crime de violência política contra as mulheres: comentários à Lei nº 14.192/2021*. Brasília: Secretaria da Mulher da Câmara dos Deputados, 2022.

SALGADO, Eneida Desiree; GUIMARÃES, Guilherme Athaides; MONTE-ALTO, Eric Vinicius Lopes Costa. Cotas de gênero na política: entre a história, as urnas e o parlamento. *Revista Gênero & Direito*, João Pessoa, v. 8, n. 4, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ged/article/view/25973/14453>. Acesso em: 16 jun. 2025.

SILVEIRA, Marilda de Paula. Democracia de gênero e seus desafios. *Revista da Faculdade de Direito da UFMG*, Belo Horizonte, n. 75, p. 323–348, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://www.direito.ufmg.br/revista/index.php/revista/article/view/2041>. Acesso em: 7 maio 2025.

RAMPIN, T. T. D. ; FREITAS, José Carlos Garcia . Gênero e direito: uma análise do princípio constitucional da igualdade. In: Maria Alves de Toledo Bruns; Célia Regina Vieira

de Souza-Leite. (Org.). GÊNERO, DIVERSIDADES E DIREITOS SEXUAIS NOS LAÇOS DA INCLUSÃO. 1ed.Curitiba: EDITORA CRV, 2012, p. 39-60.

RAMPIN, T. T. D. . Direitos Humanos e Gênero: um aporte quase universal. In: Paulo César Corrêa Borges. (Org.). Marcadores sociais da diferença e repressão penal. 1. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2011, v. 1, p. 89-100.

RAMPIN, T. T. D. . Mulher e sistema penitenciário. In: Paulo César Corrêa Borges. (Org.). Sistema penal e gênero: tópicos para a emancipação feminina. 1ed.São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011, v. 1, p. 29-64.

REZENDE, Daniela de Araujo. Mulher no poder e na tomada de decisões. In: PONOMAR, Natália; REZENDE, Marcela; QUEIROZ, Ana Carolina (org.). Beijing +25: avanços e desafios no Brasil contemporâneo. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.38116/978-65-5635-010-3/cap.7>. Acesso em: 16 jun. 2025.

RHEAULT, Ludovic; RAYMENT, Erica; MUSULAN, Andreea. Politicians in the line of fire: incivility and the treatment of women on social media. *Research and Politics*, [s.l.], v. 6, n. 1, p. 1–7, jan./mar. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2053168018816228>. Acesso em: 14 jun. 2025.

RT STAFF REPORTERS. Gender wage gap persists in Brazil, with men earning 16.3% more in 2021, reports IBGE. *The Rio Times*, 25 jun. 2023. Disponível em: <https://www.riotimesonline.com/brazil-news/brazil/gender-wage-gap-persists-in-brazil-with-men-earning-16-3-more-in-2021-reports-ibge/>. Acesso em: 16 jun. 2025.

TABERTI, Vera Lucia de Camargo Braga; LUNARDELLI, Ana Laura Bandeira Lins. *Violência política de gênero*. São Paulo: Ministério Público do Estado de São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/comunicacao/noticias/noticia?id=18975057>. Acesso em: 16 jun. 2025.

TRABELSI, Meriem. Women in politics and the media. *International IDEA*, 3 mar. 2023. Disponível em: <https://www.idea.int/news/women-politics-and-media>. Acesso em: 14 jun. 2025. [idea.int+15idea.int+15idea.int+15](https://www.idea.int/news/women-politics-and-media)

TOCQUEVILLE, Alexis de. *De la démocratie en Amérique*. Paris: Gallimard, 1992, t.2, p. 32.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YOUNG, Iris Marion. *Inclusion and Democracy*. Oxford: Oxford University Press, 2000.