

18º REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: *Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas*



CAMPANHA ELEITORAL, *TWITTER* E IMAGEM: UM OLHAR SOBRE A CAMPANHA ONLINE DE ESTELIZABEL BEZERRA E A IMAGEM DA MULHER¹

*Luis Thales Alves Bezerra**
*Glória Rabay**

RESUMO

A participação de mulheres nos espaços públicos e de disputas de poder pode sugerir diferentes formas de apresentação, inclusive definidas a partir das diferenças biológicas e de gênero. Com isso, pode-se esperar que mulheres abarquem os atributos tidos como femininos para o jogo político. As campanhas eleitorais, nesse sentido, são eventos muito significativos da vida política. Nas eleições, os meios de comunicação de massa aparecem como verdadeiros "instrumentos" políticos, pois são neles que se propagam as imagens e as promessas dos/as candidatos/as. Sob essa perspectiva, políticos vêm se utilizando das ferramentas disponíveis em sites para dispor de informações políticas e projetarem suas imagens públicas. Com as chamadas redes sociais online não têm sido diferente, como o *Twitter*, e os/as candidatos/as em épocas eleitorais as utilizaram em suas campanhas. Neste contexto, foi pensado o uso das redes sociais da internet, nas eleições municipais da Paraíba, em 2012, com enfoque nas mulheres candidatas. Este artigo, no entanto, foca na participação da candidata à prefeitura da capital, Estelizabel Bezerra, do Partido Socialista Brasileiro (PSB), que entrou na disputa com grandes chances de vitória. A proposta foi analisar quantitativamente o uso do *Twitter* durante a campanha de 2012, mas também qual imagem pública foi construída pela candidata nesta "rede". Foram observadas as publicações no *Twitter* durante os quatro meses de campanha; viu-se uma participação que pouco mostrou suas propostas de campanha, com escassas publicações. A campanha online mais incisiva ficou a cargo de perfis de assessoria da candidata. Contudo, sua apresentação no referido site demonstra ser uma candidata atenciosa com potenciais eleitores.

Palavras-chave: Política. Campanha Eleitoral. *Twitter*. Participação Feminina. Imagem.

¹ Trabalho apresentado no GT 8 - Feminismo, Política e Poder do 18º Encontro Nacional da Redor. Pesquisa realizada com apoio do MCTI/CNPq/SPM-PR/MDA Chamada nº 32/2012, no âmbito do projeto "As mulheres paraibanas no poder municipal e suas estratégias de comunicação", coordenado pela profª. Drª. Glória Rabay. Este artigo é desdobramento do Trabalho de Conclusão de Curso do autor.

* Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Pesquisador do Nipam - UFPB. lthales2@gmail.com.

* Professora Pesquisadora Doutora em Ciências Sociais - Decom/ Nipam/ UFPB. gloria.rabay@gmail.com.

18° REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



quantitativamente sua participação no *Twitter*; 2) averiguar que imagens difundidas podem ser entendidas como da feminilidade e como estavam aparentes na campanha da candidata através das suas “twittadas”.

2. Redes sociais, *Twitter* e participação política no ambiente online

No senso comum, muito se tem falado a respeito das chamadas "redes sociais" referindo-se aos sites que possuem esta denominação. Para a pesquisadora Raquel Recuero, existem alguns aspectos a respeito desses tipos de sites que são fundamentais para seu entendimento. Segundo Recuero (2009), na internet, os diversos atores que fazem parte dela usando ferramentas de comunicação formam redes sociais, ou seja, redes de atores e/ou grupos conectados entre si e que utilizam a internet para fins diversos. Essas redes sociais são, para a autora, uma alusão à estrutura de uma rede, na qual os nós representam os atores na internet, e as arestas, as conexões entre os nós. As conexões podem ser percebidas como 1) redes mantidas pelas interações entre os atores, ou 2) apenas para conservação de contatos, que o sistema de rede social manteria para o usuário. Sob esta perspectiva, a autora classifica a primeira como "rede emergente", que exigiria participação dos atores, e a segunda como "redes de filiação ou associação", nas quais a atuação não se faz necessária, ou seja, uma rede para agregar contatos. Embora a classificação pareça separar os sites de redes sociais, Recuero (2009) explica que essa diferenciação é focada na dinâmica da rede. As de filiação "são bastante estáveis e mudam mais raramente (e quanto mais difícil for deletar uma conexão, mais a rede ficará estável), tendem a crescer e agregar mais nós", sendo as emergentes "bastante mutantes e tendem a apresentar dinâmicas de agregação e ruptura com frequência" (RECUERO, 2009, p. 100-101). Para ela, um mesmo objeto pode conter ambas as redes (filiação ou associação e emergente).

Com esta reflexão, embasada pelas ideias de Boyd & Ellison (2006; 2007), Recuero (2009) depreende que os sites de redes sociais seriam uma parte dos grupos que chama de *softwares sociais*, que servem para comunicação feita através

18° REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:

Desafios no Campo da Militância e das Práticas



influenciando como as notícias passam por outras plataformas midiáticas" (2012, p. 21).

3. A participação política de mulheres e imagens ritualizadas

É importante frisar que quando se fala em relações de gênero (os papéis socialmente atribuídos a homens e mulheres construídos com base nas "diferenças" de sexo), a desigualdade é uma marca profunda, resultado de um longo processo de naturalização das diferenças sexuais. Ou seja, a presença da genitália é fator de construção, inclusive, do que se entende por sexo. A respeito do caráter biológico que separam os corpos, atribuíram-se características e performances a cada sexo, tidas como essenciais, moldando-os e adequando-os ao que se acredita ser próprio de cada um. Neste sentido, fica evidente o que se chama de assimetria de gênero (COSTA, 2012), na qual as mulheres foram e ainda são subjugadas. Apesar de se incorrer a um binarismo na definição apresentada aqui, não se pretende, contudo, esgotar os significados e as experiências que as relações de gênero podem vir a ser e/ou representar.

O machismo está presente nas relações sociais contemporâneas, fruto e incentivo de uma cultura patriarcal que carrega uma série de imposições sobre a vida de mulheres, ditando a maneira como devem viver suas vidas. Mulheres de diferentes etnias/raças, classes e gerações, com níveis de educação também diferenciados, sofrem de uma espécie de controle "invisível" ou, como diria Bourdieu (1999), de dominação (simbólica) masculina, que supõe a incorporação de valores e práticas masculinas dominantes por toda a sociedade, inclusive entre as mulheres, mesmo quando isso as mantém subalternas e oprimidas. Partindo dessa ótica, o espaço público foi construído e vivenciado pelos homens, relegando as mulheres ao âmbito privado, o do doméstico. Além disso, "diferentemente do homem, os ciclos de vida da mulher segmentam sua vida, em particular, com o advento da maternidade" (RABAY; CARVALHO, 2008, p. 33).

18° REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:

Desafios no Campo da Militância e das Práticas



análises sobre os símbolos que caracterizam as mulheres e também sobre os rituais nas candidaturas femininas, conta que:

A enunciação das diferenças, a construção ou desconstrução de identificações, envolvendo referentes de gênero, são temas comuns em campanhas políticas. As candidaturas de mulheres ensejam discursos, rituais e *slogans* que conformam o que pode ser nomeado de jogo de identificações e diferenças. (BARREIRA, 2008, p. 48).

Barreira (2008) esclarece, ainda, que referências sobre questões ideológicopartidárias podem se caracterizar na forma de apelos enunciativos que revelam diferenciação entre as candidaturas. Portanto, considerar que um/a candidato/a se "apropria" dos valores defendidos pelo partido de maneira a se projetar é perceber o desenvolvimento de uma imagem com base não somente ligada ao gênero social imposto, condicionado e cultivado, mas ligada também a uma ideologia partidária.

4. A militante e a candidata

Estelizabeth Bezerra de Souza, nascida em 18 de março de 1967, é paraibana e jornalista formada pela UFPB. Sua vida política é considerada bastante ativa, além de sua militância pelos direitos humanos e, em especial, pelos direitos das mulheres, destaques de sua agenda política. Trabalhou em órgãos da administração pública municipal da capital João Pessoa, como a Secretária de Planejamento, e da administração estadual, como secretária de Comunicação Social. Nestas eleições, de 2014, candidatou-se e foi vitoriosa a uma cadeira na Assembleia Legislativa do estado da Paraíba. Durante a campanha, a candidata se registrou como Estela Bezerra, possivelmente por ser mais simples para o eleitorado associar a ela.

Nas eleições de 2012 para a prefeitura municipal de João Pessoa, houve outra pleiteante, Lourdes Sarmiento pelo Partido da Causa Operária (PCO), totalizando sete candidatos naquela disputa. Contudo, entre as mulheres, apenas Estela teve verdadeiras chances de ganhar - o que pode ser ainda interpretado pelo viés da influência política vinda diretamente de seu aliado Ricardo Coutinho, então governador da Paraíba.



Tabela 1: Quantitativo de tipos de posts feitos pela candidata

Candidata	Partido	Tipos de Post			
		Publicação	Resposta/ Com Menção	Retweet	TOTAL
Estelizabel Bezerra	PSB -JP	109	27	0	136

Fonte: Pesquisa nas páginas da candidata, 2012.

Ainda que toda mensagem publicada em sua *timeline* possa ser tomada como uma publicação em si mesma, o caráter destas parece apresentar finalidades diferenciadas. Entende-se por "Publicação" todos aqueles *tweets* que não são "Retweet" nem são direcionados para outro usuário por meio do @. Com isso, Estela fez 109 (80,1%). Quanto a "Resposta/ Com Menção", a candidata computou 27 (19,9%) publicações no período de quatro meses de campanha.

O *retweet*, a partir das possibilidades que representa esta função para pleiteantes, acaba funcionando como uma exposição de outras pessoas e suas posições, e isso outras candidaturas no estado da Paraíba souberam aproveitar para mostrar o apoio recebido pelos internautas - o que aumentaria, por outro lado, a visibilidade daqueles. Por exemplo, a candidata à prefeitura de Campina Grande Tatiana Medeiros, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), fez uso dessa função para expor a simpatia de outros participantes pela sua candidatura. Não se registrou nenhuma republicação (*retweet*) ao longo da campanha de Estela.

Tabela 2 - Síntese de Assuntos Postados no Twitter

Assunto de post	Assuntos por postagem				
	Propostas/ Realizações	Mobilização	Divulgação	Outros	TOTAL
Estelizabel Bezerra (PSB - JP)	13	10	23	90	136

Fonte: Pesquisa na página da candidata, 2012.

18° REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:

Desafios no Campo da Militância e das Práticas



A Tabela 2 representada acima dispõe a quantidade de mensagens diferenciadas por assuntos tratados no *Twitter*. Reduziu-se, aqui, essas outras classificações em 3 grandes temáticas, a fim de se ter uma leitura mais didática da do uso que Estela fez do microblog como ferramenta para campanha.

Na discussão proposta na tabela, o primeiro grande tema é "Propostas/ Realizações", contabilizando 13 (9,55%) publicações. Nesta categoria foram elencadas as mensagens nas quais Estela exibiu propostas/ promessas de governo e também as realizações do partido em tempo de governança. Na segunda categoria, "Mobilização", procurou-se quaisquer mensagens que incitasse outros atores da rede a participar de suas atividades de campanha, sejam debates, comícios ou passeatas. O total foi de 10 (7,35%) mensagens. Na terceira classificação, "Divulgação", com 23 (16,9%) dos *posts* pensou-se em materiais de campanha como *folders*, vídeos do Horário de Propaganda Eleitoral Gratuito (HPGE) disponibilizados no *YouTube* e compartilhados em seu perfil, e também sua agenda política para a campanha. A pleiteante não fez compartilhamento de *folders* ou vídeos produzidos para a campanha oficial, mas frisa-se aqui que esses materiais estavam sendo publicados em ambiente online e foram bastante disseminados pelo seu perfil de assessoria @Informe40, além de seu perfil oficial no *YouTube* conter os vídeos do HPGE e também uma série de vídeos sobre ela veiculada na internet (*websérie*).

Ao contrário de seu perfil de assessoria, a candidata teve uma baixíssima atuação no *Twitter*. Em meio as mensagens enviadas no período de campanha e depois, Estela pouco se deu ênfase em propostas de governo; sua mobilização em torno de outros internautas e sua divulgação foram inexpressivas, também. O que leva à quarta categoria, "Outros", com as demais 90 (66,2%) publicações - nas quais estão presentes as mensagens que melhor expressam sua imagem pública.

À parte dos *posts* sobre sua agenda, mobilização ou lançamento de propostas, Estela utilizou o *Twitter* basicamente como um espaço para narrar suas

18º REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: **Perspectivas Feministas de Gênero:**

Desafios no Campo da Militância e das Práticas



RABAY, Glória. A COBERTURA DA CAMPANHA ELEITORAL DAS MULHERES NA IMPRENSA PARAIBANA - ELEIÇÕES 2010. In: FAUSTO NETO, A.; FERNANDES, D.C.. (Org.). **Interfaces Jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. 1ed. JOÃO PESSOA: UNIVERSITÁRIA, 2011, v. 1, p. 257-267.

RABAY, G.; CARVALHO, M; SILVA, M. B. As Prefeitas Paraibanas de 2013 a 2016. In: **FAZENDO GÊNERO 10 - DESAFIOS ATUAIS DOS FEMINISMOS: Florianópolis, 2013**. Anais eletrônicos do Fazendo Gênero 2010 - Desafios Atuais dos Feminismos: Florianópolis, UFSC, 2013. Disponível em: <http://www.fazendogenero.ufsc.br/10/resources/anais/20/1385662442_ARQUIVO_GloriaRabay.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wpcontent/uploads/redessociainsternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 9 out. 2013.

ROSSETTO, G. P. N. ; CARREIRO, Rodrigo; ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. In: **VIII Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política**, 2012, Gramado. *Anais eletrônicos do 8º Encontro da ABCP*, 2012. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/rodrigocarreiro/twitter-ecomunicacao-politica-limites-e-possibilidades>>. Acesso em: 29/03/2013.