



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UNB  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO – FAC  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL  
Orientadora: Delcia Maria de Mattos Vidal

DANIELLE SIQUEIRA DE SOUZA

**DISCURSO DE ÓDIO NO TWITTER:**  
uma análise dos comentários recebidos por Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann.

BRASÍLIA – DF  
Dezembro de 2020

DANIELLE SIQUEIRA DE SOUZA

**DISCURSO DE ÓDIO NO TWITTER:**  
uma análise dos comentários recebidos por Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann.

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção do título de bacharel no curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília.

Orientadora: Prof. Dra. Delcia Maria de Mattos Vidal

BRASÍLIA – DF  
Dezembro de 2020

DANIELLE SIQUEIRA DE SOUZA

**DISCURSO DE ÓDIO NO TWITTER:**  
uma análise dos comentários recebidos por Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann.

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção do título de bacharel no curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília.

Aprovado em: \_\_\_\_ de dezembro de 2020.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Delcia Maria de Mattos Vidal  
Orientadora

---

Profa. Dra. Ellis Regina Araújo da Silva  
Membro

---

Profa. Dra. Tatiana Lionço  
Membro

---

Profa. Dra. Liziane Soares Guazina  
Suplente

## AGRADECIMENTO

Primeiramente, gostaria de agradecer àqueles que me deram condições para hoje concluir o curso na UnB. Obrigada pai e mãe, por todo o dinheiro investido nos meus estudos, por todo o incentivo aos estudos, por me fazerem entender que a educação é essencial na minha vida. Também quero agradecer aos meus avós, por terem me criado, que mesmo não tendo acompanhado minha formação, essa conquista também é para eles.

Ao meu irmão, eu agradeço e dedico esse trabalho, afinal ele é minha maior motivação para ser alguém melhor. Espero dar a ele o orgulho que eu sinto por ele. E, ao meu namorado, eu sou muito grata pelo apoio para escrever cada linha e até mesmo os momentos em que ele me pediu para parar. Agradeço por ter acompanhado todo o processo, choros e surtos e ter comemorado cada vitória que esse trabalho (e qualquer outro) me proporcionou.

Aos meus amigos antes da UnB, obrigada por não terem me abandonado quando minha rotina enlouqueceu. Obrigada por terem me entendido e estarem comigo, ao menos uma vez por ano, no meu aniversário, demonstrando que vocês ainda se importavam comigo. Agradeço por terem me mostrado que presença não é física e o carinho vai além do tempo.

Aos meus amigos de UnB, obrigada por esses nove semestres de muita história. Obrigada por cada HH, cada pizza com uma cerveja pós-apresentação de trabalho. Obrigada por cada trabalho incrível que apresentamos, eles me deram confiança para não desistir do curso, obrigada por cada aula e momento, bons ou ruins, que compartilhamos. Até mesmo os choros na prainha, obrigada por me oferecerem ombro, ajuda e *outras cositas más*.

Gostaria de agradecer à Universidade de Brasília por ter me oferecido tanto em tão pouco tempo. Obrigada pelos ensinamentos, além da sala de aula. Obrigada pela maturidade que eu adquiri e por ser tão acolhedora mesmo tão longe da minha casa. Queria também agradecer à Faculdade de Comunicação por ter me recebido e me mostrado um caminho e futuro a seguir. Obviamente, agradeço às pessoas que fazem isso, dos terceirizados aos professores, todos tiveram papel fundamental na minha graduação.

Agradeço demais aos docentes incríveis que conheci e, em especial, à professora Delcia, que é simplesmente a orientadora mais dedicada, parceira e motivadora que eu poderia ter nesse momento.

A todos, inclusive a mim, muito obrigada por fazerem isso possível!

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar quais temáticas geram mais comentários agressivos (discurso de ódio) nas publicações das deputadas Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann, no Twitter. Também pretende entender o que falam e como falam, se existe relação da publicação com o comentário, as questões de gênero envolvidas no discurso de ódio e como as deputadas reagem às manifestações em suas publicações. Com o uso da análise de conteúdo, da revisão bibliográfica e da análise documental, foi possível analisar 24 postagens e 2.866 comentários, a fim de encontrar as respostas para as perguntas de pesquisa, como quais temáticas geravam mais discurso de ódio e o que e como falavam. No fim, identificou-se que as deputadas receberam comentários agressivos por razões pessoais, mas também por seus posicionamentos que divergiam das expectativas dos outros usuários do Twitter. A questão de gênero esteve presente para ambas deputadas, mas foi a Joice Hasselmann quem mais recebeu ataques desse tipo. Ela foi a única que, apenas uma vez, ocultou um dos comentários recebidos, mas, para ambas deputadas, as manifestações recebidas eram, em geral, ignoradas.

**Palavras-chave:** Discurso de ódio; Twitter; Questões de gênero; Gleisi Hoffmann; Joice Hasselmann.

## ABSTRACT

This research aims to identify which themes generates more aggressive comments (hate speech) in the publications of Gleisi Hoffmann and Joice Hasselmann on Twitter. It also intends to understand what they say and how they speak, if there is a relationship between the publication and the comment, the gender issues involved in the hate speech and how the deputies react to the manifestations in their publications. Using content analysis, bibliographic review and documental analysis, it was possible to analyze 24 posts and 2,866 comments, in order to find the answers to the research questions, such as which themes generated more hate speech, what and how the comments spoke. In the end, it was identified that the deputies received aggressive comments for personal reasons, but also for their positions diverging from the expectations of other Twitter users. The gender issue was present for both deputies, but Joice Hasselmann received more attacks of this type. Also, she was the only one who, just once, hid one of the comments received. In general, for both deputies, the manifestations received were ignored.

**Keywords:** Hate speech; Twitter; Gender issues; Gleisi Hoffmann; Joice Hasselmann.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Tweet de Gleisi Hoffmann contra Bolsonaro. ....	25
Figura 2: Respostas ao Tweet de Gleisi Hoffmann (figura 1) com ofensas de gênero. ....	26
Figura 3: Tweet de Gleisi Hoffmann em comemoração ao aniversário do ex-presidente Lula .....	26
Figura 4: Resposta ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 3).....	27
Figura 5: Tweet de Gleisi Hoffmann associando Lula à campanha de Haddad para presidente, nas vésperas da eleição. ....	27
Figura 6: Compilado de respostas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 5) com ofensas de gênero. ....	28
Figura 7: Tweet de Gleisi Hoffmann criticando a falta de posicionamento do governo pelo assassinato da Ágatha. ....	29
Figura 8: Respostas ao tweet de Gleisi Hofmann (figura 7).....	30
Figura 9: Tweet de Gleisi Hoffmann compartilhando matéria que critica o chefe da força- tarefa da Lava Jato, Deltan Dallagnol. ....	31
Figura 10: Respostas negativas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 9). ....	32
Figura 11: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre ações do congresso contra o governo. ....	33
Figura 12: Respostas do tweet de Gleisi Hoffmann (figura 11). ....	34
Figura 13: Tweet de Gleisi Hoffmann criticando pronunciamento do ex-ministro da Educação.....	35
Figura 14: Vídeo sobre o aumento dos preços durante a pandemia. ....	35
Figura 15: Respostas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 14) com questões de gênero...	36
Figura 16: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre as queimadas no Pantanal. ....	37
Figura 18: Tweet de Gleisi Hoffmann promovendo seu partido. ....	38
Figura 19: Resposta ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 18) chamando as mulheres da imagem de "feias".....	38
Figura 20: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre proposta de seu partido. ....	39
Figura 21: Respostas negativas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 20). ....	39
Figura 22: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre o processo de condenação do Lula na Operação Lava Jato.....	40
Figura 23: Respostas negativas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 22). ....	40
Figura 24: Quadro resumo das publicações analisadas no perfil de Gleisi Hoffmann.....	41
Figura 25: Tweet de Joice Hasselmann em apoio a Bolsonaro contra Lula.....	42

Figura 26: Resposta à publicação de Joice Hasselmann (figura 25) fazendo referência a Gleisi Hoffmann. ....	42
Figura 27: Tweet de Joice Hasselmann se defendendo e atacando Glenn Greenwald, em resposta ao Intercept Brasil.....	43
Figura 28: Resposta homofóbica no tweet de Joice Hasselmann (figura 27).....	43
Figura 29: Tweet de Joice Hasselmann, sobre mesmo tweet do Intercept, porém defendendo Bolsonaro e se autopromovendo.....	44
Figura 30: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 29) apoiando o posicionamento da candidata. ....	44
Figura 31: Compilado de respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 29) que continham ofensas de gênero.....	45
Figura 32: Tweet de Joice Hasselmann sobre decisão da justiça em seu favor.....	46
Figura 33: Tweet de Joice Hasselmann de autopromoção. ....	46
Figura 34: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 33) com críticas à sua figura.	47
Figura 35: Tweet de Joice Hasselmann reforçando seu apoio ao governo e cargo de liderança. ....	48
Figura 36: Publicação de Joice Hasselmann em resposta à matéria de Guilherme Caetano. ....	49
Figura 37: Resposta à mesma publicação de Guilherme Caetano, dessa vez defendendo o partido.....	49
Figura 38: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 36) sobre sua possível candidatura à prefeitura de São Paulo. ....	50
Figura 39: Resposta ao tweet de Joice Hasselmann (figura 36) com ofensa relacionada à sua aparência física. ....	50
Figura 40: Tweet de Joice Hasselmann criticando a Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo, no dia 05 de setembro de 2020. ....	51
Figura 41: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 40). ....	52
Figura 42: Tweet de Joice Hasselmann sobre o comércio internacional brasileiro.....	53
Figura 43: Tweet de Joice Hasselmann em defesa da Operação Lava Jato. ....	54
Figura 45: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 43). ....	56
Figura 46: Resposta ao tweet de Joice Hasselmann (figura 43) ocultada pela deputada. ...	57
Figura 48: Quadro resumo das publicações analisadas no perfil de Joice Hasselmann .....	58
Figura 49: Quadro resumo dos comentários por categoria de postagem.....	59



Figura 50: Quadro resumos dos comentários recebidos pelas deputadas.....	59
Figura 51: Charge sexualizando Sergio Moro e colocando Deltan Dallagnol em posição de submissão. ....	67
Figura 52: Carta aberta para Joice Hasselmann escrita pelo movimento Avança Brasil. ...	68

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO .....	11
2.	IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	14
2.1.	TWITTER.....	15
2.2.	DISCURSO DE ÓDIO NA MÍDIA.....	17
2.3.	QUESTÕES DE GÊNERO .....	18
3.	METODOLOGIA.....	21
4.	ANÁLISE: ENFRENTAMENTO .....	23
4.1.	PERFIL DAS DEPUTADAS .....	23
4.2.	AS POSTAGENS.....	25
	4.2.1. <i>Gleisi Hoffmann</i> .....	25
	4.2.2. <i>Joice Hasselmann</i> .....	42
4.3.	QUADRO DE ANÁLISE DAS POSTAGENS.....	58
4.4.	DISCUSSÃO.....	59
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
6.	REFERÊNCIAS.....	64
	ANEXO A: CHARGE UTILIZADA, COMO RESPOSTA À FIGURA 9, COM QUESTÃO DE GÊNERO. 67	
	ANEXO B: CARTA ABERTA PARA JOICE HASSELMANN, ESCRITA PELO GRUPO AVANÇA BRASIL, POSTADA COMO RESPOSTA À FIGURA 43.....	68

## 1. INTRODUÇÃO

A participação feminina na política<sup>1</sup> é bastante recente. Em 1927, mulheres puderam se candidatar, mas apenas em 1932 tiveram o direito ao voto. A primeira prefeita da América do Sul foi brasileira, em 1929, e a primeira mulher no Congresso Nacional brasileiro foi eleita em 1934. Desde 1997, 30% das candidaturas ao Poder Legislativo devem ser reservadas para mulheres, apesar disso, apenas 77 das 513 cadeiras na Câmara dos Deputados são atualmente ocupadas por mulheres e dos 81 senadores, somente 12 são mulheres.

São várias as hipóteses que levam à baixa participação feminina na política, uma delas tem a ver com a forma como os processos democráticos, em cada país, foram concebidos. Segundo o Fórum Econômico Mundial<sup>2</sup>, o Brasil deve levar ainda 59 anos para atingir a igualdade entre homens e mulheres no trabalho. Suelma Rosa, vice-presidente da IRRELGOV, e Gisele Agnelli, membro do coletivo *Vote Nelas*, entendem que as questões estruturais, psicológicas e culturais determinam a participação feminina na política. A solução, para elas, que resolve a sub-representação é a aplicação de ações afirmativas incentivando a ocupação desse espaço.

Em uma democracia representativa, falar com os eleitores é fundamental para apresentar uma boa imagem e angariar votos. “As pessoas selecionam seus governantes, mas não são responsáveis diretas pelas decisões tomadas por eles” (MARTINS; HOLZBACH, 2011, p. 6), e é nesse espaço que surgem as insatisfações, cobranças, o arrependimento do voto e as ameaças de não mais reeleger tal candidato.

O Twitter é uma mídia social bastante popular no meio político. Essa ferramenta tem sido usada para conquistar a opinião pública e fortalecer a imagem dos políticos ante os eleitores, proporcionando um espaço para figuras públicas se aproximarem de seu público. Para políticos, a plataforma serve como palanque de suas propostas e ações, para fazer debates e também receber críticas. E no meio dessas críticas, é comum encontrar discussões

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/institucional/procuradoria/proc-publicacoes/2a-edicao-do-livreto-mais-mulheres-na-politica>>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/12/17/desigualdade-de-genero-no-trabalho-so-acabara-daqui-a-257-anos-aponta-forum-economico-mundial.ghtml>>. Acesso em 26 de novembro de 2020,

não politizadas, sendo protagonizadas por autoridades públicas ou pelos demais usuários da plataforma com comentários ofensivos.

Mas quais são as temáticas que geram mais comentários agressivos no Twitter? Pensando nisso, este trabalho tem como objetivo principal identificar quais os temas que promovem comentários mais agressivos (discurso de ódio) em perfis oficiais no Twitter. A escolha de analisar os comentários nas contas de Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann se deu pela relevância política de ambas dentro de seus partidos, sem levantar bandeiras político-ideológicas. Este trabalho também se propõe: a analisar o que falam e como falam; a analisar como as contas oficiais lidam com os comentários ofensivos; a verificar se há relação entre o conteúdo publicado e o comentário; e a identificar a questão de gênero envolvida no discurso de ódio.

Completa este estudo, os conceitos de Recuero, Aggio e Martins e Holzbach, no que diz respeito ao uso de redes sociais, do Twitter e o papel de políticos e eleitores nessa mídia. Para discurso de ódio, é feita uma breve passagem pelas definições de Braga, Amaral e Coimbra e Freitas e Castro, entendendo principalmente o “universo *hater*<sup>3</sup>” dentro das mídias sociais digitais. Além disso, tem-se as questões de gênero, analisadas sob as perspectivas de Scott, Carloto, Freire Filho e Buttler. Por fim, o embasamento teórico metodológico fica a cargo de Bardin, sobre análise de conteúdo, e Stumpf, para revisão bibliográfica.

O uso massivo das redes sociais é tema recorrente do curso de Comunicação Organizacional. Entender essa forma de comunicação, suas possibilidades, vantagens e desvantagens, os atores e redes que se formam a partir da internet são primordiais para se fazer uma análise crítica do uso das mídias digitais, dentro e fora da graduação. Além disso, a partir dos conceitos de planejamento estratégico, conhecido como 5W1H, a comunicação deve se atentar ao “o que”, “quem”, “quando”, “onde”, “como” e “por que”, prioritariamente. A relevância dessa pesquisa se dá na tentativa de encontrar os principais temas que despertam comentários agressivos, principalmente contra mulheres.

O presente trabalho está dividido em capítulos, sendo, o Capítulo 1, uma breve introdução do que vem a seguir. O Capítulo 2 consiste na contextualização do tema abordado, ou seja, o impacto das mídias sociais, e é dividido em 3 partes, onde cada uma

---

<sup>3</sup> Em português, odiador.

delas aborda os principais conceitos utilizados na pesquisa. Na primeira parte, é feita a definição e contextualização da plataforma analisada, o Twitter. Na segunda parte, é a vez de fundamentar o termo “discurso de ódio” e ambientá-lo na pesquisa. A parte três aborda as questões de gênero, recorte fundamental do trabalho para a análise dos comentários.

O Capítulo 3 traz a fundamentação teórica utilizada no trabalho, apresentando as metodologias utilizadas. Neste caso, foram adotadas a análise de conteúdo e a revisão bibliográfica. No Capítulo 4 são feitas as análises dos perfis das deputadas, dos comentários recebidos e discussão do tema. É dividido em quatro partes, a primeira sendo a apresentação dos perfis das deputadas, em ordem alfabética, para ambientação das personagens escolhidas para a pesquisa. As partes 2 e 3 consistem nas análises dos comentários recebidos por elas e a categorização das postagens feitas, para que, na parte 4, seja feita a discussão dos dados obtidos de maneira crítica.

Então, o Capítulo 5 chega com a conclusão dos achados e considerações finais, concluindo o estudo feito, demonstrando os objetivos alcançados e desdobrando possibilidades futuras de pesquisa na área. O Capítulo 6 apresenta as referências utilizadas para dar a fundamentação e embasamento teóricos da pesquisa. Por fim, temos os anexos que agregam o trabalho.

## 2. IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS

Segundo o IBGE, em 2018, 8 em cada 10 casas possuíam acesso à internet. Ainda na mesma pesquisa, observou-se que 93% das residências possuíam telefone celular e destas 79% das pessoas fazem uso pessoal do aparelho. Estima-se que, no Brasil, as pessoas passem 3h34 minutos diariamente nas redes sociais, segundo relatório da Digital In 2019 Global Report, realizado pela We Are Social. Dessa forma, é possível depreender que a internet e as mídias sociais digitais estão ganhando cada vez mais espaço no dia a dia da sociedade. A presença massiva nas redes pode significar uma transição de mídia principal de informação, mas esses dados ainda não permitem dizer que os meios tradicionais estão perdendo força.

Anita Dunn, ex-diretora de Comunicação da Casa Branca no governo Obama, acredita que a comunicação não pode se isolar em uma única mídia. Para ela, não existe a escolha de uma ou outra porque excluir um dos formatos é deixar a população de fora da conversa política. No livro *Uma assessoria de imprensa responsável na era digital* (2012), o Departamento de Estado dos EUA diz que “as páginas na internet, as mídias sociais e a tecnologia móvel têm grande potencial para intensificar a comunicação entre governos, jornalistas e cidadãos”, porque permitem

esclarecer informações, lidar com rumores e combater boatos e informações equivocadas. Os governos podem divulgar informações, fotos e vídeos diretamente ao público sem passar pelo filtro da imprensa. Podem solicitar a opinião dos cidadãos e obter suas sugestões sobre os programas de forma direta (p. 51).

Mas o que acontece nas redes não necessariamente permanece nelas. Para Aggio (2014), fenômenos como a Primavera Árabe e as manifestações no Brasil em junho de 2013 provavelmente não teriam a mesma organização, proporção e aderência sem o uso das mídias sociais, mesmo que não existam estudos comprovando a relação causal entre esses fatores. Mais um motivo para despertar o interesse de políticos em marcar presença nas redes e transformar seus seguidores em apoiadores e eleitores, mesmo que também abra margem para o surgimento de críticas e cobranças da população.

## 2.1. Twitter

Para começar, é importante entender o que é o Twitter. A definição dada pela plataforma é:

o Twitter é um serviço por meio do qual amigos, familiares e colegas de trabalho podem se comunicar e se manter conectados, trocando mensagens rápidas e frequentes. As pessoas publicam *Tweets*, que podem conter fotos, vídeos, links e texto. Essas mensagens são publicadas em seu perfil e enviadas a seus seguidores, podendo ser encontradas por meio da busca do Twitter<sup>4</sup>.

Criado em 2006, por Jack Dorsey, Evan Williams, Noah Glass e Biz Ston, a rede social funciona como uma espécie de *microblogging*, onde cada *tweet* (nome usado para designar as publicações dos usuários) tem limite máximo de caracteres. No início eram 140 caracteres, obrigando os usuários a serem sucintos, diretos e curtos. Desde novembro de 2017, cada *tweet* pode ter até 280 caracteres, o dobro da proposta inicial<sup>5</sup>.

Segundo o FAQ<sup>6</sup> do Twitter, o usuário cria o seu perfil e começa a seguir pessoas de seu interesse para receber atualizações delas e são esses os principais conteúdos que vão aparecer na *timeline* (página inicial) do usuário. Porém, por meio da ferramenta de busca e da aba “Explorar”, o usuário tem acesso a todos os conteúdos postados de modo público no Twitter. Para interagir com seus seguidores, a plataforma oferece a possibilidade de responder a publicação original, *retweetar* (que seria compartilhar a publicação original em seu perfil) com ou sem comentário e enviar por mensagem direta, de maneira privada.

De acordo com o Digital In 2019 Global Report, o Twitter tem 250 milhões de usuários, sendo 8.570.000 brasileiros. Essa quantidade coloca o Brasil como o sexto país que mais utiliza a plataforma no mundo.

O Twitter, com sua proposta de comunicação simplificada e rápida, atrai figuras públicas que querem se posicionar ou trazer temas para o debate, proporcionando grande alcance e até mesmo viralização (quando o conteúdo se torna “viral”, espalhando-se rapidamente entre os usuários). Outra funcionalidade interessante da plataforma é o *Assuntos*

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/new-user-faq>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/twitter-aumenta-limite-para-280-caracteres.ghtml>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

<sup>6</sup> *Frequently Asked Questions* (FAQ), em português, significa perguntas frequentes.

do *Momento*, conhecidos também por “*trending topics (TT)*”. O FAQ do Twitter define a funcionalidade assim:

os assuntos do momento são determinados por um algoritmo e, por padrão, são personalizados com base em quem você segue, em seus interesses e em sua localização. Esse algoritmo identifica os tópicos populares da atualidade, em vez de tópicos que já foram populares por algum tempo ou diariamente. Assim, você pode descobrir os tópicos que estão em discussão no Twitter no momento.<sup>7</sup>

Há alguns anos, teóricos da comunicação vêm estudando a relevância do Twitter na política.

O Twitter se tornou, como nenhum outro canal de comunicação massivo, uma esfera pública em que agentes da política e atores sociais que gozam de diferentes status públicos tornam-se mais abertos à troca de informações e debates entre si. (AGGIO, 2014, p. 62).

Também já foi destacado o papel dos eleitores desses políticos na troca comunicacional dentro da plataforma: “os milhares de comentários feitos pela audiência no Twitter em relação à política são essenciais para compreensão do papel de um dos principais elementos das democracias representativas: o próprio eleitor.” (MARTINS e HOLZBACH, 2011, p. 2).

Em relação aos comentários trocados entre políticos e os demais usuários da plataforma, Aggio (2014, p. 63) vê de forma positiva: “Essa dinâmica de exposição de manifestações que se originam a partir de interações discursivas entre diferentes perfis é determinante para situar o Twitter como um *social media*<sup>8</sup> singular para o debate público”, porém na prática nem toda interação é positiva, dando espaço para discurso de ódio.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/using-twitter/twitter-trending-faqs>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

<sup>8</sup> Em português, mídia social.



## 2.2. Discurso de ódio na mídia

“A liberdade de expressão ganhou importância e tornou-se um direito reconhecido de todo cidadão [...] e um valor ético garantidor de uma vida pública saudável. E mais, tornou-se sinônimo da garantia de uma sociedade justa e democrática.” (COSTA, 2018, p.12). O autor também vê a liberdade de expressão como peça fundamental para o exercício democrático, porém as redes sociais favorecem “o anonimato, a postagem rápida e superficial, o compartilhamento e a radicalização” (COSTA, 2018). É a partir daí que surge a facilidade para a propagação de comentários violentos e ofensivos, com a certeza da impunidade ou, no mínimo, da demora e dificuldade em atribuir culpados no universo online.

O discurso de ódio, segundo o projeto de lei nº 7582 de 2014, da deputada Maria do Rosário (PT), é toda

ofensa à vida, à integridade corporal, ou à saúde de outrem motivada por preconceito ou discriminação em razão de classe e origem social, condição de migrante, refugiado ou deslocado interno, orientação sexual, identidade e expressão de gênero, idade, religião, situação de rua e deficiência.

E comete o crime de ódio quem

praticar, induzir ou incitar a discriminação ou preconceito, por meio de discurso de ódio ou pela fabricação, comercialização, veiculação e distribuição de símbolos, emblemas, ornamentos, distintivos ou propaganda, por qualquer meio, inclusive pelos meios de comunicação e pela internet (PL 7582/2014).

A violência psicológica também é inclusa no projeto como crime, principalmente quando esta causa “dano emocional e diminuição da autoestima [...] mediante ameaça, constrangimento, humilhação, manipulação, isolamento, vigilância constante, perseguição contumaz, insulto, chantagem, ridicularização” (PL 7582/2014), entre outros.

O PL 7582/2014, no entanto, ainda não está em vigor e a definição de discurso de ódio costuma causar divergências entre alguns autores. Porém, para Braga (2018), “algumas características estão presentes em todas as tentativas de conceituar o que seria o discurso de ódio”, sendo então “aquele que apresenta como característica a estigmatização de um indivíduo ou grupo identificável de indivíduos”. Brugger (2007, p. 118, apud. CARDOSO; ZAGO; SILVA, 2019) apresenta conceito muito parecido, para ele

o discurso do ódio refere-se a palavras que tendem a insultar, intimidar ou assediar pessoas em virtude de sua raça, cor, etnicidade, nacionalidade, sexo ou religião, ou que têm a capacidade de instigar violência, ódio ou discriminação contra tais pessoas.

As redes sociais, criadas a partir dos atores e suas conexões (RECUERO, 2013), amplificam a propagação de discursos de ódio, sob a lógica da liberdade de expressão irrestrita. Para Cardoso, Zago e Silva, “o discurso de ódio, ultrapassa os limites do bom senso”, portanto tipificá-lo como crime não seria um cerceamento da liberdade de expressão.

As limitações à livre manifestação de pensamento são, portanto, o exercício das garantias individuais com respaldo à dignidade da pessoa humana, tendo em vista que, embora a liberdade de expressão seja um direito disponível, há que se preocupar com o sujeito que recebe o discurso de ódio, haja vista a possibilidade de acarretar prejuízos ao âmbito moral ou material (CARDOSO; ZAGO; SILVA, 2019).

Para Amaral e Coimbra (2015), o que fomenta esse tipo de manifestação é o capital social, “visibilidade, popularidade, reputação e influência [...] contribuem para o surgimento de *haters*” (p. 300). Esses odiadores, por sua vez, muitas vezes se escondem no anonimato de perfis falsos para ampliarem sua rede de ódio, criando um sujeito virtual diferente de sua verdadeira identidade, mas que exprime opiniões que correspondem aos seus sentimentos e que se encontra com semelhantes no ambiente online (CARDOSO; ZAGO; SILVA, 2019).

Braga (2008) defende “a tolerância com qualquer tipo de discurso em âmbito político, mesmo que esse discurso seja odioso”. Já Freitas e Castro (2013) defendem que “o discurso do ódio, na medida em que tende a inviabilizar o caráter comunicativo da Liberdade de Expressão, não pode ser aceito”, pois vai contra a democracia. A partir dessa segunda visão, o presente trabalho analisa e questiona os dados encontrados.

### 2.3. Questões de gênero

Para Joan Scott (1995)

o termo ‘gênero’ parece ter feito sua aparição inicial entre as feministas americanas, que queriam enfatizar o caráter fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo. [...] O termo ‘gênero’ enfatizava igualmente o aspecto relacional das definições normativas da feminilidade (p. 72).

Figueiredo e Diniz, citando outros autores também, definem gênero como “o código de conduta que rege a organização social das relações entre homens e mulheres”. Compreender a definição de gênero, permite analisar as questões relacionadas a ele. “A existência de gêneros é a manifestação de uma desigual distribuição de responsabilidade na

produção social da existência.” (CARLOTO, 2001). O que estabelecem as relações de poder, baseadas em um sistema hierárquico, segundo Carloto, seriam as relações de gênero, pois estas “refletem concepções de gênero internalizadas por homens e mulheres”.

Uma das posturas esperadas das mulheres é a de mansidão e calma, pois a cultura ocidental moldou as mulheres para encolherem suas raivas e não as demonstrar (FREIRE FILHO, 2013). Outro padrão comportamental esperado relaciona-se com a sexualidade, no caso, com o julgamento sobre os corpos femininos que não devem desviar dos padrões morais. Freire Filho (2013), em seu estudo sobre antifãs, constatou que “as artistas que alegadamente se afastam deste modelo de conduta [recato feminino] são tachadas de ‘vacas’, ‘piranhas’, ‘vadias’ ou ‘putas’.” (p. 16).

Quando se fala em papéis de gênero, Oliveira e Amâncio (2002) questionam as representações e espaços assimétricos na atribuição desses papéis. Para eles,

o poder normativo do papel sexual, como demonstra Amâncio (1994) numa investigação sobre papéis sexuais em contexto organizacional, só constrange o grupo dominado, as mulheres, tendo em conta que ao homem se lhe oferecem recursos simbólicos que derivam quer da sua multiplicidade de papéis, quer do estatuto (usualmente elevado) associados a esses mesmos papéis (OLIVEIRA; AMÂNCIO, 2002).

Os autores notam, que a sociologia e a psicologia social caminham para a conclusão de que

para os homens, existe uma multiplicidade de papéis, o que sugere uma certa plasticidade nos comportamentos masculinos e nas representações sociais do que significa ser homem, enquanto para as mulheres este universo é restringido. O ser mulher é socialmente pensado por forma a direccionar todos os comportamentos para uma única esfera de actividade, a esfera privada, a família (cf. Amâncio, 1994, para uma revisão desta literatura). (OLIVEIRA; AMÂNCIO, 2002).

Essa diferenciação entre feminino e masculino também impacta na escolha da profissão de homens e mulheres. Ao longo da história, as mulheres foram designadas a cuidar de casa e da família, a função biológica de gerar não tinha valor produtivo, portanto, a mulher não devia estar no espaço público (FIGUEIREDO; DINIZ, 2018).

A categorização única de papéis de gênero e expectativas singulares de performances de identidade incomodam também Judith Butler. Para ela, “a hipótese de um

sistema binário dos gêneros encerra implicitamente a crença numa relação mimética entre gênero e sexo, na qual o gênero reflete o sexo ou é por ele restrito.” (2003, p. 24). Sob essa perspectiva, é possível depreender que as “questões de gênero”, não se restringem ao sexo biológico, também acolhem aqueles que performam suas identidades diferentemente do que é “naturalmente” esperado.

A violência de gênero ganha espaço na internet por meio do discurso de ódio, entre outros fatores. O Relatório de Violência de Gênero<sup>9</sup>, da ONU, identificou que uma das maiores dificuldades para enfrentar esse problema é fazer com que ele seja reconhecido como um. A banalização da violência online, a culpabilização da vítima e a minimização da gravidade da violência psicológica, afetam as vidas on e offline das mulheres, uma vez que tais atos não se restringem ao espaço virtual (CODING RIGHTS; INTERNETLAB, 2017). No desdobrar deste trabalho, será possível perceber que nem mesmo autoridades políticas, como as deputadas federais eleitas, estão livres de receber ataques desse tipo.

---

<sup>9</sup> Disponível em: < [https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2017/11/Relatorio\\_ViolenciaGenero\\_ONU.pdf](https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2017/11/Relatorio_ViolenciaGenero_ONU.pdf)>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

### 3. METODOLOGIA

Para tentar compreender o objeto, foram adotadas duas metodologias de pesquisa: a bibliográfica e a documental, sendo essa última para análise de conteúdo das postagens e comentários. Quanto ao método de procedimento, neste trabalho de conclusão de curso, de forma a se obter generalizações, o adotado foi o monográfico.

A pesquisa bibliográfica, por ser a etapa inicial de um estudo acadêmico tem como objetivo identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. (STUMPF, 2017, p.51).

Quanto à revisão bibliográfica, essa será utilizada para o embasamento teórico dos achados e contextualização histórica dos fenômenos envolvendo o uso da plataforma por políticos e eleitores, parte fundamental da pesquisa que possibilita a ampliação dos horizontes do tema. Neste trabalho, foram utilizadas as seguintes referências para base teórica: as redes sociais, definidas por Recuero; como políticos usam o Twitter, de Aggio; a relação dos eleitores dentro das mídias para a democracia, conceituado por Martins e Holzbach; a definição de liberdade de expressão, por Costa; a perspectiva de Braga e Bruggel sobre a definição de discurso de ódio; a motivação dos discursos de ódio, por Amaral e Coimbra; e os limites democráticos entre discurso de ódio e liberdade de expressão, de Freitas e Castro e Cardoso, Zago e Silva.

No que tange às questões de gênero, o trabalho se fundamenta nas conceituações de Scott e Figueiredo e Diniz sobre gênero; na relação hierárquica entre masculino e feminino, apontada por Carloto; nas expectativas acerca dos papéis de gênero, segundo Freire Filho, Oliveira e Amâncio; e na ampliação do conceito de gênero para além do sexo biológico, de Butler. A partir disso foi possível identificar conceitos-chaves, como o que é o discurso de ódio, como é a relação dos políticos com o Twitter e como os eleitores usam essa plataforma. E então começar a análise de todo o material coletado à luz da bibliografia.

A metodologia de pesquisa envolvendo a análise de conteúdo, segundo os pressupostos de Bardin (2016, p.37) “é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. Essa análise, segundo a autora, é dividida em três fases. A pré-análise que compreende a formulação das hipóteses e dos objetivos, a escolha dos materiais a serem analisados, e os parâmetros para análise. Em seguida, a parte de exploração do material

consiste em sistematizá-lo a partir dos critérios estabelecidos na fase anterior. Por fim, os resultados obtidos são tratados para terem significado e relevância. Apesar de ser uma metodologia bastante quantitativa, é possível utilizá-la na pesquisa qualitativa para compreender as relações e significados para além das palavras utilizadas. Essa metodologia é bastante reflexiva, assim, constantemente será necessário revisar as hipóteses levantadas e até mesmo alterá-las, para que o objeto seja analisado até sua exaustão.

A mídia social Twitter foi selecionada para análise e exploração do conteúdo. Conforme P. Henry e S. Moscovici citados por Bardin (2016, p. 38) “tudo que é dito ou escrito é suscetível de ser submetido a uma análise de conteúdo”. No caso, como perfis a serem avaliados, foram escolhidas duas mulheres, eleitas em 2018 para a Câmara dos Deputados, sendo possível analisar a questão de gênero envolvendo pessoas políticas. Além disso, Gleisi Hoffmann (PT) e Joice Hasselmann (PSL) possuem grande relevância dentro de seus partidos e, neste trabalho, a questão político-ideológica envolvendo as siglas e suas representações não foram consideradas.

A análise compreendeu o período de 2018 a 2020, de forma aleatória. Os primeiros *tweets* antecedem o 2º turno das eleições em 2018 e os últimos correspondem a setembro de 2020. Com a aleatoriedade, foi possível analisar postagens com diferentes temáticas, categorizá-las, e identificar os principais assuntos que despertaram comentários agressivos dentro deste universo.

Para organização da análise, houve a *categorização* das postagens. De acordo com Bardin (2016, p. 147) essa técnica “é uma operação de classificação dos elementos de um conjunto por diferenciação e em seguida por reagrupamento segundo o gênero, com os critérios previamente definidos”. As categorias criadas para as postagens foram: Eleições; Lula; Contra o Governo; Apoio ao Governo; Lava Jato; Promoção política; e Defesa pessoal. Elas surgiram após a identificação dos principais assuntos abordados nas publicações e quais eram mais recorrentes, algumas categorias, surgiram após a seleção do material, pois certas postagens possuíam um tema mais específico do que as primeiras categorias sugeriam. Os comentários também foram classificados, dessa vez, como positivos, neutros ou negativos. Com isso, foram criados quadros resumos para melhor identificação das análises dos comentários.

#### 4. ANÁLISE: ENFRENTAMENTO

O objeto de análise deste trabalho é o discurso de ódio presente nos comentários das publicações das deputadas Gleisi Hoffmann (PT) e Joice Hasselmann (PSL). Primeiramente, é importante entender quem são as deputadas, suas trajetórias até serem eleitas em 2018 e como elas se comportam em seus perfis no Twitter.

É importante ressaltar que, em 2018, seus partidos protagonizaram a disputa presencial, de um lado, com Fernando Haddad (PT) e, do outro, com Jair Bolsonaro (PSL). A polarização da corrida eleitoral também refletiu no uso das redes sociais e nos comentários sobre política. Com isso, temos um panorama de quem são as pessoas que vão se manifestar negativamente nas publicações das deputadas, possivelmente, apoiadores ou opositores das legendas e posicionamentos de cada partido.

##### 4.1. Perfil das deputadas

Gleisi Hoffmann<sup>10</sup> nasceu em 1965, em Curitiba, Paraná. Começou sua trajetória na militância em 1984, como dirigente da União Metropolitana dos Estudantes Secundaristas em Curitiba e da União Brasileira dos Estudantes Secundaristas (UBES). É graduada em Direito e possui MBA em Gestão de Organizações Públicas e especialização em Administração Financeira. Foi assessora parlamentar na Câmara de Curitiba, em 1988, e, em 1989, filiou-se ao Partido dos Trabalhadores (PT). Em 1999, foi secretária de reestruturação administrativa no Mato Grosso do Sul e em 2001 assumiu a Secretaria de Gestão Pública da prefeitura de Londrina. Em 2002, junto com Dilma Rousseff, fez parte da equipe de transição do ex-presidente Luíz Inácio Lula da Silva. Durante esse mandato, foi diretora financeira da Itaipu Binacional. Em 2008 e 2009, foi presidenta do Diretório Estadual do PT no Paraná e, em 2010, assumiu seu primeiro mandato como senadora, sendo a primeira senadora eleita pelo Paraná. Em 2011, tornou-se chefe da Casa Civil, mas retornou ao seu mandato de senadora em 2014. Em 2017, foi eleita líder dos senadores da legenda pela bancada do PT e também presidenta do partido. Atualmente, é deputada federal pelo PT, eleita em 2018.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://gleisi.com.br/historia-de-luta/>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

No Twitter, Gleisi costuma tratar os assuntos de seu partido, como propostas políticas, eventos e posicionamentos, assim como as campanhas de Lula Livre, da qual é líder. Além disso, é crítica do atual governo e de tudo relacionado à Operação Lava Jato, sempre fazendo comentários sobre os temas que estão em alta. De 2018 a 2020, sua linguagem, posicionamento e editoriais de conteúdo pouco sofreram alterações.

Joice Hasselmann<sup>11</sup> nasceu em 1978, em Ponta Grossa, Paraná. Formada em Jornalismo, começou trabalhando como repórter nas rádios e programas de televisão locais. Além de jornalista, Joice também é autora da biografia *Sérgio Moro: a história do homem por trás da operação que mudou o Brasil*, de 2016, e do livro, de 2017, *Delatores: a ascensão e a queda dos investigados na Lava Jato*. Em 2017, foi uma das âncoras do programa *Os Pingos nos Is, da Jovem Pan FM*.<sup>12</sup> Joice se filiou ao Partido Social Liberal (PSL) em 2018 e, no mesmo ano, concorreu ao cargo de deputada federal pelo Estado de São Paulo. Foi eleita, tornando-se a mulher mais bem votada para a Câmara dos Deputados. No início do mandato, Joice estava bastante alinhada com o governo federal, sendo líder do mesmo, no Congresso Nacional, de fevereiro a outubro de 2019. Após isso, ficou como vice-líder do governo e líder do PSL até junho de 2020. Neste mesmo ano, concorreu à prefeitura de São Paulo, pelo PSL, porém não obteve votos o suficiente para ir ao segundo turno das eleições municipais.

Joice é bastante participativa nas redes sociais, talvez por seu histórico como comunicadora. Seu canal no Youtube, criado em 2016, possui mais de 1 milhão de inscritos. No Twitter, suas publicações são diversas, mas sempre defendeu a Operação Lava Jato e o ex-juiz Sérgio Moro. Também costuma rebater notícias e figuras públicas, principalmente quando envolve seu nome ou seu trabalho. Quanto ao governo, até outubro de 2019, Joice mantinha um discurso aliado a Bolsonaro, porém, desde o rompimento com o presidente, tem manifestado críticas ao trabalho executado pelo governo federal. Desde sua candidatura, suas publicações foram concentradas em sua autopromoção como candidata à prefeitura e em críticas a seus adversários nas eleições.

---

<sup>11</sup> Disponível em: <[https://www.ebiografia.com/joice\\_hasselmann/](https://www.ebiografia.com/joice_hasselmann/)>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://jovempan.com.br/noticias/jovem-pan-contrata-jornalistas-joyce-hasselmann-e-felipe-moura-brasil-para-os-pingos-nos.html>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.



## 4.2. As postagens

Retomando o objetivo inicial, foram elencadas uma amostra de 24 postagens, sendo 12 para cada deputada, e 2.866 respostas aos *tweets*, para analisar quais temas geram mais comentários ofensivos. Os comentários foram separados em três classificações: positivos, neutros e negativos, sendo os comentários positivos aqueles que demonstram apoio ou estão em concordância com a publicação. Já os comentários neutros são aqueles que fogem do assunto retratado ou não demonstram posição favorável ou contrária, como conversas paralelas entre outros usuários. E, por fim, os comentários negativos foram aqueles com críticas à autora da publicação e ao conteúdo publicado.

Os comentários que trazem questões de gênero foram analisados de forma independente da classificação. Para efeito deste trabalho, considera-se como questão de gênero as publicações que contenham ofensas relacionadas à aparência física, à sexualidade, à atribuição de papéis relacionados ao gênero e expressões que tentam desqualificar pelo gênero com uso de palavras de baixo calão.

### 4.2.1. Gleisi Hoffmann

O segundo turno das eleições em 2018 contou com bastante movimentação no Twitter de Gleisi Hoffmann. No *tweet* do dia 26 de outubro, ela publicou uma matéria criticando Bolsonaro e recebeu por isso 21 respostas positivas, 35 neutras e 139 negativas, das 195 analisadas.



Figura 1: Tweet de Gleisi Hoffmann contra Bolsonaro.

Apesar de ser uma publicação de Gleisi Hoffmann, um dos comentários de rechaça ao PT continha uma *hashtag* com um termo que é utilizado para criticar a Joice Hasselmann, uma aliada do PSL, o “Peppa Pig”.

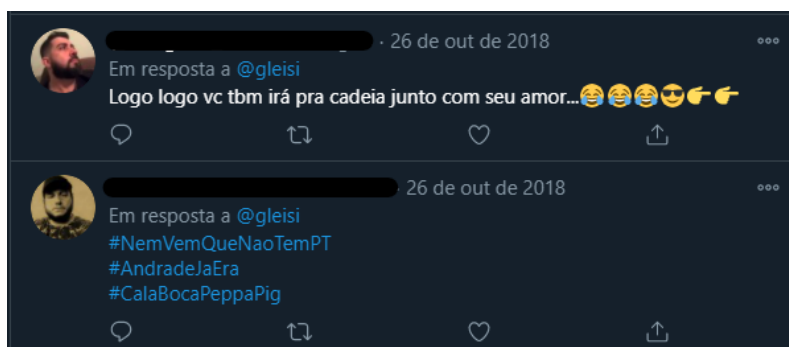


Figura 2: Respostas ao Tweet de Gleisi Hoffmann (figura 1) com ofensas de gênero.

Na véspera do segundo turno das eleições de 2018, Gleisi fez publicações referentes ao aniversário do ex-presidente Lula. Dos 145 comentários analisados, apenas 7 são positivos, enquanto 146 são negativos.



Figura 3: Tweet de Gleisi Hoffmann em comemoração ao aniversário do ex-presidente Lula

Na figura 4, um dos comentários se referia à aparência de Gleisi, insinuando que ela tem botox e por isso o rosto nem mexe, no meio de diversas manifestações sobre o Lula estar preso e que ele mente muito, até mesmo comentários sobre seu aniversário.



Figura 4: Resposta ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 3).

No mesmo dia, Gleisi também associou Lula à campanha de Haddad para presidência.



Figura 5: Tweet de Gleisi Hoffmann associando Lula à campanha de Haddad para presidente, nas vésperas da eleição.

Nessa publicação (figura 5), foram 150 comentários negativos, criticando principalmente o segundo aniversário de Lula no ano e, coincidentemente, véspera de um turno das eleições. Dos 206 comentários analisados, 26 continham questões de gênero, principalmente insinuando que Gleisi seria amante do Lula.



Figura 6: Compilado de respostas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 5) com ofensas de gênero.

Em 2019, uma menina de 8 anos foi assassinada pela polícia, com um tiro nas costas, no Complexo do Alemão<sup>13</sup>. Gleisi fez um *tweet* sobre o caso parabenizando o ator Fábio Assunção por ter comparecido ao enterro da Ágatha. Na mesma publicação Gleisi também criticou a falta de pronunciamento do caso por parte do governo.

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/09/21/menina-de-8-anos-morre-baleada-apos-operacao-policia-no-complexo-do-alemao.html>>. Acesso em 13 de novembro de 2020.



*Figura 7: Tweet de Gleisi Hoffmann criticando a falta de posicionamento do governo pelo assassinato da Ágatha.*

Essa publicação (figura 7), rendeu 52 comentários negativos e 22 neutros, dos 79 analisados. A maioria acusava o ator de ser um dos responsáveis por assassinatos como o de Ágatha ocorrerem. Nas manifestações, também responsabilizaram o PT por problemas no Complexo do Alemão e cobraram da deputada o mesmo tipo de mobilização em outros casos de assassinato.



Figura 8: Respostas ao tweet de Gleisi Hofmann (figura 7).

Gleisi também usa seu perfil para criticar a Lava Jato e os integrantes dela. Em um *tweet* sobre o procurador chefe da operação, Gleisi recebeu 8 comentários positivos e 22 negativos, dos 48 analisados.



Figura 9: Tweet de Gleisi Hoffmann compartilhando matéria que critica o chefe da força-tarefa da Lava Jato, Deltan Dallagnol.

Um dos comentários recebidos foi uma charge representando o ex-juiz Sérgio Moro e o procurador Deltan Dallagnol em posição sexualizada, com a palavra “imparcial” ao fundo (Anexo A). Este comentário foi comentado como positivo, pois apoiava a mensagem principal do *tweet* da deputada – uma crítica à imparcialidade e relação entre os ilustrados durante a Operação Lava Jato –, mas também entrou na classificação de questão de gênero.



Figura 10: Respostas negativas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 9).

Ao falar sobre as ações do Congresso no combate às *fake news* e criticar a campanha de Bolsonaro em 2018, Gleisi também recebeu comentários negativos. Foram 69 respostas negativas sobre o posicionamento e apenas 19 positivas. Na imagem é possível observar que os dois primeiros comentários já criticam a publicação da deputada.



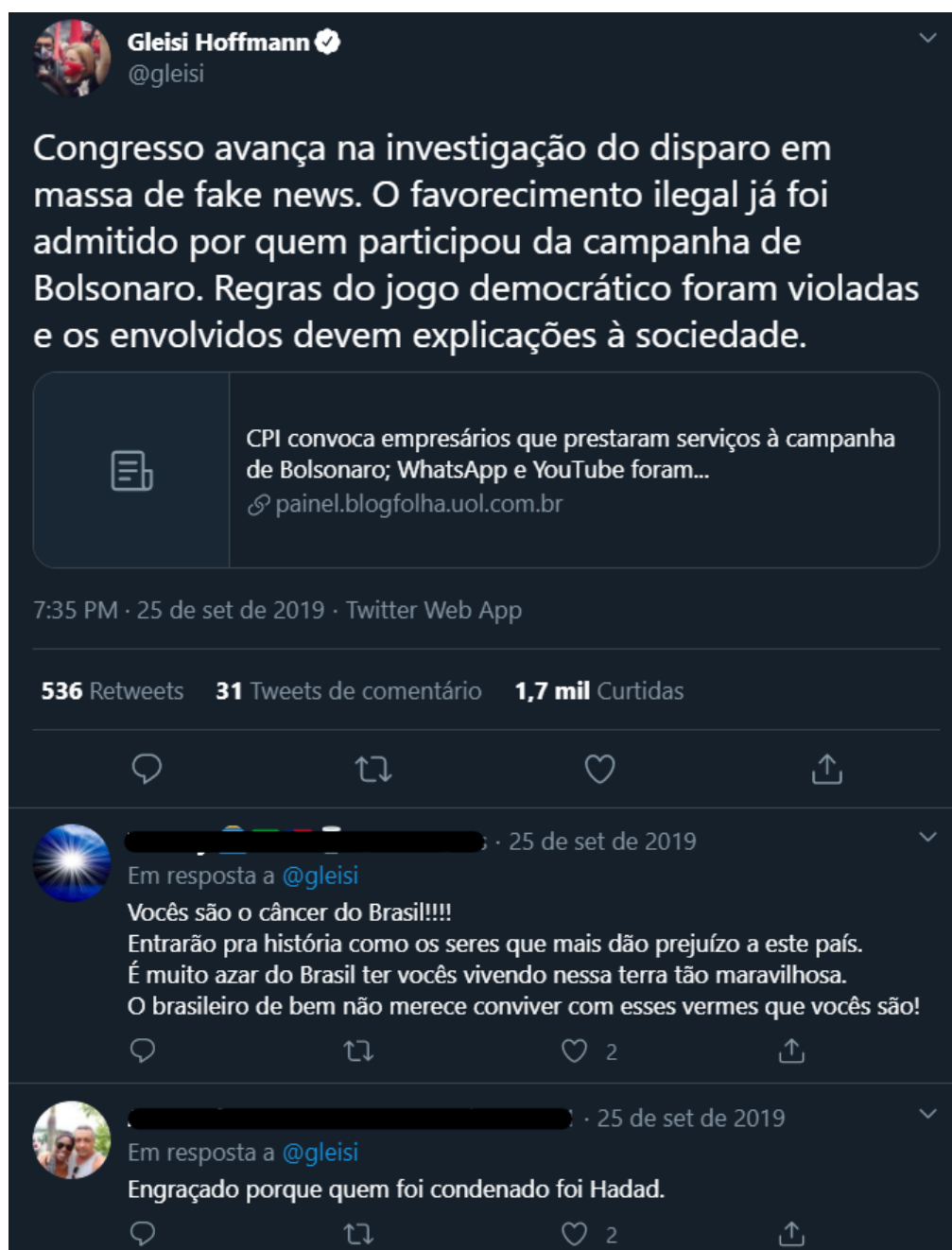


Figura 11: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre ações do congresso contra o governo.

Na publicação (figura 11), Gleisi reforça que as investigações do Congresso são referentes à campanha de Bolsonaro, mas nos comentários foram várias manifestações em defesa do atual presidente, respondendo que Fernando Haddad, candidato à presidência em 2018 pelo PT, foi quem sofreu sanções relacionadas às *fake news* na época da eleição.



Figura 12: Respostas do tweet de Gleisi Hoffmann (figura 11).

Uma de suas críticas ao ex-ministro da Educação rendeu 14 comentários positivos, 11 neutros e 27 negativos. Destes, 3 com questão de gênero, chamando Gleisi de “amante”. Não houve nenhuma manifestação, nessa publicação, que chamasse atenção para efeito de análise.



Figura 13: Tweet de Gleisi Hoffmann criticando pronunciamento do ex-ministro da Educação.

Em setembro de 2020, Gleisi publicou um vídeo sobre o aumento dos preços durante a pandemia em seu Twitter (figura 14), criticando mais uma vez o governo federal.

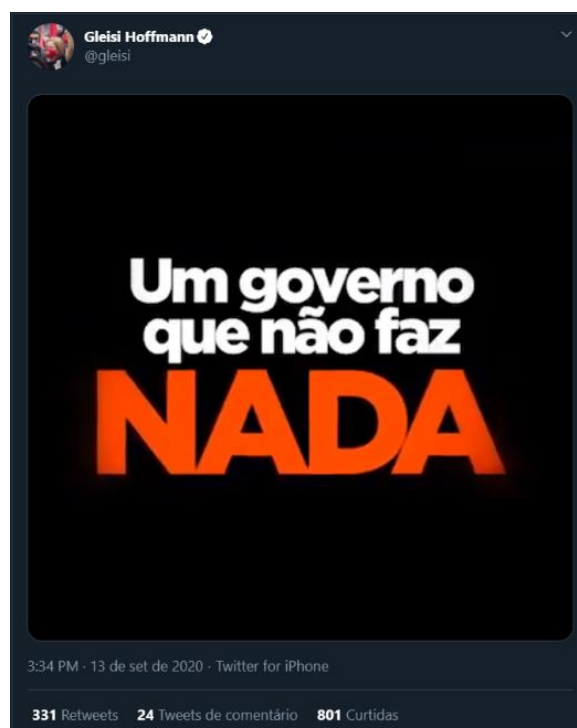


Figura 14: Vídeo sobre o aumento dos preços durante a pandemia.

Para essa publicação, foram 126 comentários negativos e apenas 16 positivos, em 188 comentários. O *tweet* também gerou 23 manifestações com questões de gênero, algumas podem ser vistas na figura 15.



Figura 15: Respostas ao *tweet* de Gleisi Hoffmann (figura 14) com questões de gênero.

No *tweet* de Gleisi Hoffmann (figura 16), sobre as queimadas no Pantanal, ela recebeu 43 comentários negativos, 23 neutros e apenas 14 positivos.



Figura 16: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre as queimadas no Pantanal.

Destaca-se nos comentários que há um ataque direcionado à ela, inclusive insinuando que ela tenha roubado dinheiro e seja corrupta. Mas também, como pode ser visto na figura 41, alguns comentários usam o plural assumindo que o problema não é só a Gleisi, mas o grupo em que ela se insere.



Figura 17: Respostas negativas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 16).

Para divulgar as propostas políticas do PT para as eleições de 2020, Gleisi recebeu 96 comentários negativos e apenas 5 positivos, em 122 analisados.



Figura 18: Tweet de Gleisi Hoffmann promovendo seu partido.

Respondendo à pergunta da imagem, 54 comentários diziam “não”. Um comentário (figura 19) chamou atenção ao chamar a oposição ao Bolsonaro de feia, usando a foto de várias mulheres em um fundo do diretório nacional do PT.



Figura 19: Resposta ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 18) chamando as mulheres da imagem de "feias".

Em outra publicação sobre propostas do partido, apenas 4 dos 82 comentários analisados eram positivos.

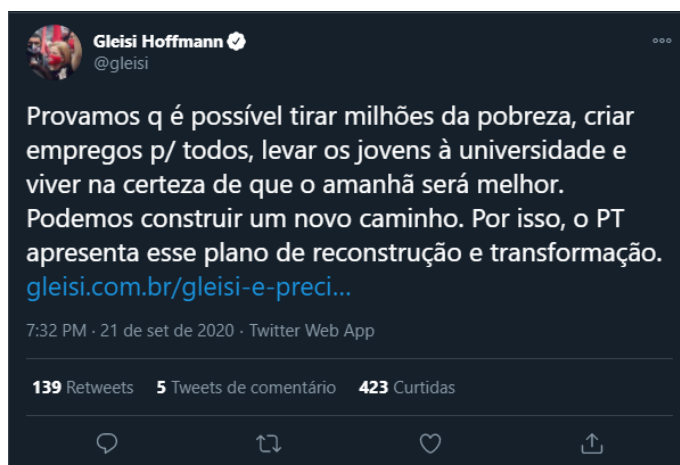


Figura 20: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre proposta de seu partido.

Nas 58 manifestações negativas à figura 20, a principal ofensa direcionada à deputada era, novamente, chamando-a de “amante”.

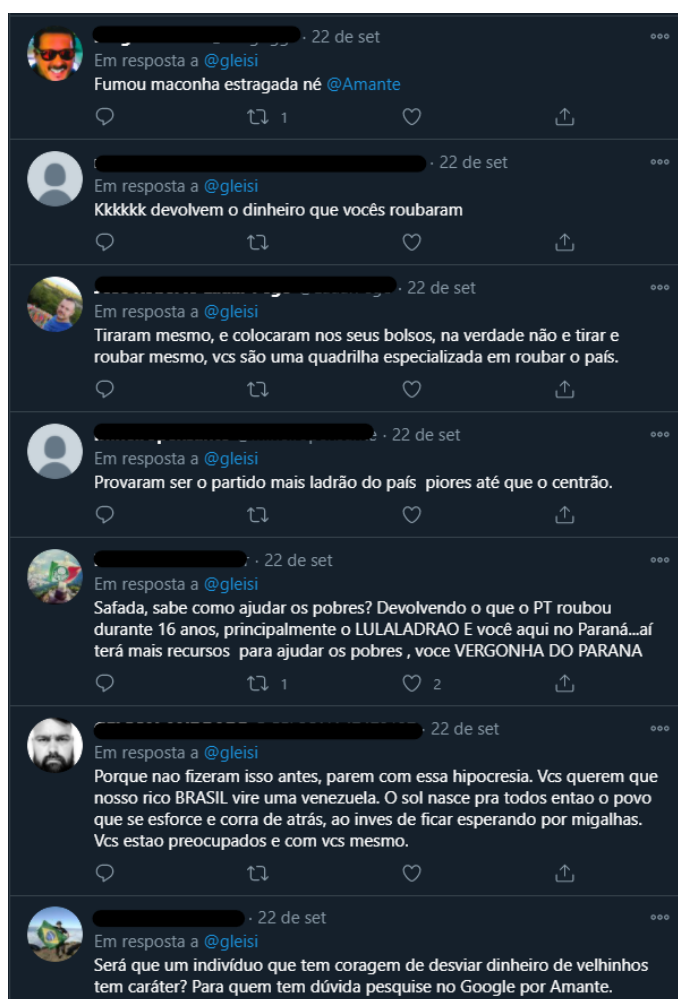


Figura 21: Respostas negativas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 20).

Gleisi se posiciona sempre a favor do Lula e contra a Lava Jato, principalmente, criticando a atuação do ex-juiz Sergio Moro no processo.



Figura 22: Tweet de Gleisi Hoffmann sobre o processo de condenação do Lula na Operação Lava Jato.

Na postagem em defesa de Lula, apenas 16 comentários eram positivos. Ainda tiveram 34 comentários neutros e 62 negativos. Apenas 2 comentários haviam ofensas relacionadas ao gênero da deputada, uma delas aparece na figura 45, em tom de ironia.

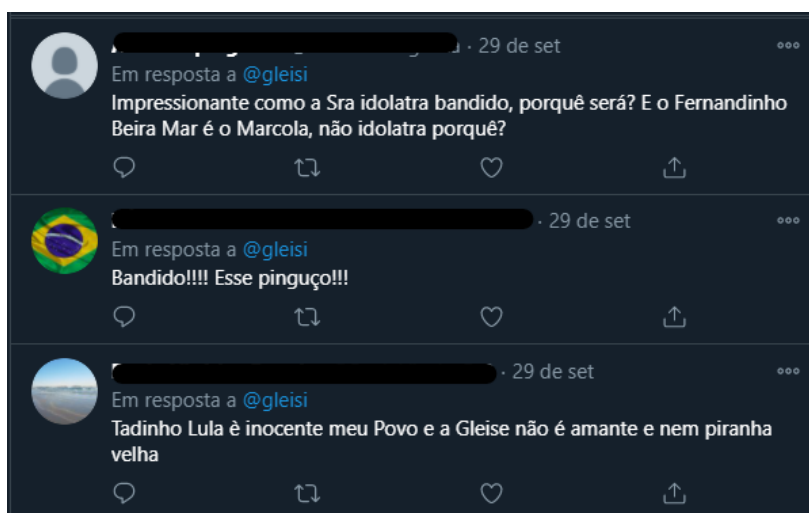


Figura 23: Respostas negativas ao tweet de Gleisi Hoffmann (figura 22).



Ao fim, é possível analisar o montante de comentários recebidos por Gleisi Hoffmann, dentro da amostra de 12 publicações, separados por categoria de postagem e tipo de manifestação, na figura 24. A primeira coluna se refere a um resumo geral da publicação; a segunda, à categoria da postagem dentre as definidas anteriormente; as colunas seguintes, contém a quantidade de comentários analisados distribuídos por tipos.

Resumo da postagem (temática)	Categoria da postagem	Análise dos comentários			
		Positivos	Neutros	Negativos	Questões de gênero
Figura 1: Comentário contra a campanha de Bolsonaro	Eleições 2018	21	35	139	19
Figura 3: Aniversário de Lula na vigília Lula Livre	Lula	7	32	146	8
Figura 5: Felicitações ao Lula e campanha para Haddad	Eleições 2018	37	19	150	21
Figura 7: Crítica ao governo sobre o caso Ágatha	Contra o governo	5	22	52	8
Figura 9: Comentário sobre reportagem que critica Deltan Dallagnol	Lava Jato	8	18	22	5
Figura 11: Divulgação das ações do Congresso de combate às <i>fake news</i>	Contra o governo	19	41	69	10
Figura 13: Crítica ao ex-ministro da Educação	Contra o governo	14	11	27	3
Figura 14: Vídeo criticando o governo e pedindo “Fora Bolsonaro”	Contra o governo	16	46	126	23
Figura 16: Alerta sobre as queimadas no Pantanal	Contra o governo	14	23	43	8
Figura 18: Divulgação da proposta do partido nas eleições 2020	Promoção política	5	21	96	3
Figura 20: Divulgação de projeto do PT	Promoção política	4	20	58	8
Figura 22: Reprodução de vídeo recebido chamando Moro de ladrão	Lava Jato	16	34	62	2

Figura 24: Quadro resumo das publicações analisadas no perfil de Gleisi Hoffmann.

#### 4.2.2. Joice Hasselmann

A figura 25 entra na categoria de apoio ao governo Bolsonaro, na época ainda candidato. Dos 26 comentários analisados na publicação, 15 eram positivos e apenas um negativo.



Figura 25: Tweet de Joice Hasselmann em apoio a Bolsonaro contra Lula.

Na publicação em questão, o único comentário que tem ofensa relacionada à gênero não fazia referência a Joice. Nele, o autor se refere a Gleisi como “amante”.

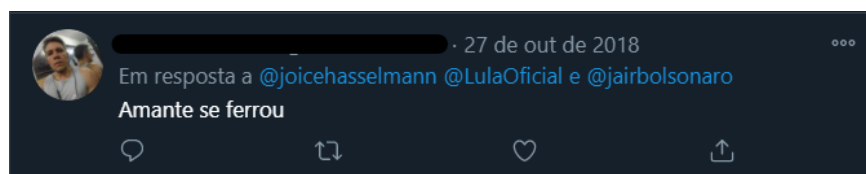


Figura 26: Resposta à publicação de Joice Hasselmann (figura 25) fazendo referência a Gleisi Hoffmann.

Em outubro de 2017, véspera do segundo turno das eleições, o Intercept publicou uma matéria chamando a Joice Hasselmann de “Bolsonaro de saias”. Isso rendeu dois *retweets* comentados. No primeiro (figura 27), ela se defendeu das acusações e criticou o jornalista Glenn Greenwald, recebendo 25 comentários positivos ao seu posicionamento e 6 negativos.



Figura 27: Tweet de Joice Hasselmann se defendendo e atacando Glenn Greenwald, em resposta ao Intercept Brasil.

O único comentário envolvendo questões de gênero, na publicação da figura 27 novamente não era sobre a Joice Hasselmann. Para se referir ao jornalista Glenn Greenwald, o usuário disse: “é o famoso *burn the doughnut*” (sic), em tradução livre seria: é o famoso queima rosca. Expressão homofóbica para se referir a homossexuais de modo pejorativo.



Figura 28: Resposta homofóbica no tweet de Joice Hasselmann (figura 27).

No segundo *retweet* sobre a mesma publicação do Intercept Brasil (figura 29), ela já se posiciona defendendo o título de “Bolsonaro de saias”, promovendo-se como essa figura aliada. Nessa postagem, foram 121 comentários positivos e 5 envolvendo questões de gênero.

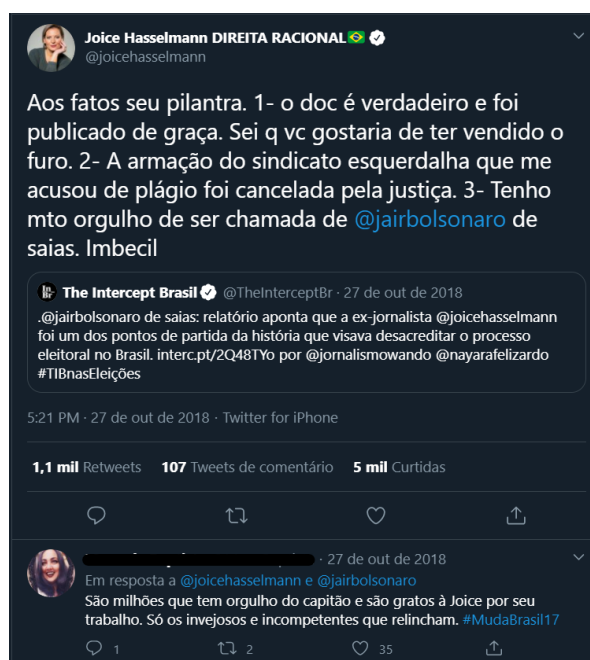


Figura 29: Tweet de Joice Hasselmann, sobre mesmo tweet do Intercept, porém defendendo Bolsonaro e se autopromovendo.

No *tweet* de Joice Hasselmann (figura 29), a maioria dos comentários foi positivo, defendendo seu posicionamento e demonstrando apoio, conforme mostra a figura 30.



Figura 30: Respostas ao *tweet* de Joice Hasselmann (figura 29) apoiando o posicionamento da candidata.

Entretanto, também houveram comentários críticos e carregados de ofensas. Mentirosa, louca, esquizofrênica, suína e sem cérebro foram alguns dos insultos escolhidos para tentar desqualificar Joice. A imagem 31 contém um compilado destes *tweets* negativos.



Figura 31: Compilado de respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 29) que continham ofensas de gênero.

Em 2019, Joice era líder do governo na Câmara dos Deputados e já tinha o interesse na candidatura à prefeitura de São Paulo. A boa relação com os eleitores e com o governo durou até outubro, quando houve o rompimento definitivo e os comentários começaram a ser mais críticos com a postura da deputada. Em suas redes, seu posicionamento continuava firme contra quem falasse dela e seus apoiadores endossavam esse comportamento. A postagem a seguir (figura 32) teve 121 comentários positivos, contra 13 negativos.



Figura 32: Tweet de Joice Hasselmann sobre decisão da justiça em seu favor.

Na figura 33, temos um *tweet* de autopromoção de Joice e seus feitos, com um tom de ataque a seus opositores.



Figura 33: Tweet de Joice Hasselmann de autopromoção.

As manifestações na publicação (figura 33) começaram a demonstrar insatisfação. Dos 63 comentários analisados (figura 34), 22 eram neutros e 28 negativos.



Figura 34: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 33) com críticas à sua figura.

Em 22 de setembro de 2019, Joice rebateu uma publicação do “O Antagonista” que afirmava que ela sairia da liderança do governo no Congresso. No *tweet* abaixo (figura 35), Joice contou com expressivo número de comentários positivos, desejando sua permanência como líder (135). Na publicação em questão, apenas 33 manifestações foram negativas.



Figura 35: Tweet de Joice Hasselmann reforçando seu apoio ao governo e cargo de liderança.

Alguns dias depois, saiu uma publicação, do jornalista Guilherme Caetano, sobre a possível candidatura de Joice à prefeitura de São Paulo. Ela respondeu à matéria, promovendo seu apoio político e defendendo que o cargo seria uma escolha do próprio partido, não dela, em dois *tweets* diferentes (figuras 36 e 37).



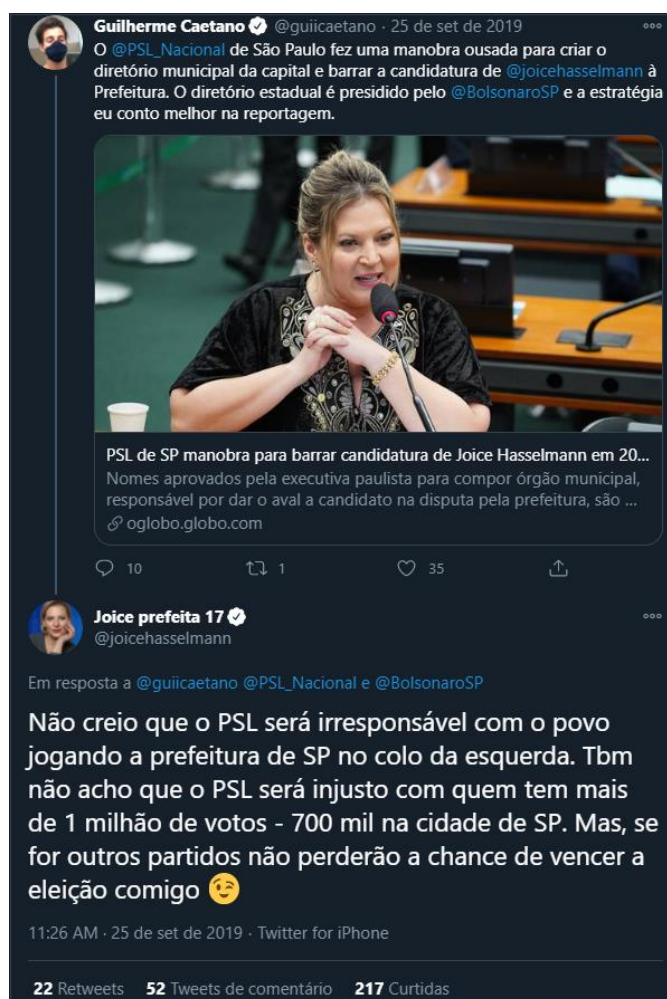


Figura 36: Publicação de Joice Hasselmann em resposta à matéria de Guilherme Caetano.

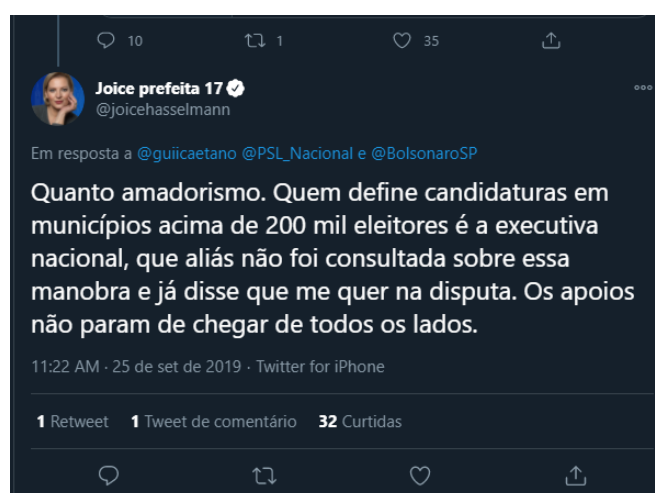


Figura 37: Resposta à mesma publicação de Guilherme Caetano, dessa vez defendendo o partido.

Seus apoiadores, no entanto, já não estavam mais contentes com sua atuação como deputada, nem com a possibilidade de abandono do mandato para a prefeitura. Para o primeiro *tweet* (figura 36), foram 155 manifestações negativas (figura 38), incluindo comentários com questões de gênero (figura 39) e apenas 8 positivas. Já na segunda resposta

de Joice ao Guilherme Caetano (figura 37), todos os 5 comentários foram negativos, criticando sua escolha e fidelidade, mas sem ofensas de gênero.



Figura 38: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 36) sobre sua possível candidatura à prefeitura de São Paulo.



Figura 39: Resposta ao tweet de Joice Hasselmann (figura 36) com ofensa relacionada à sua aparência física.

Joice saiu da liderança do governo, em outubro de 2019, e se lançou como prefeita pelo PSL em agosto de 2020. Desde então, tem se posicionado contra o governo e todos os membros da família Bolsonaro.



Figura 40: Tweet de Joice Hasselmann criticando a Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo, no dia 05 de setembro de 2020.

No *tweet* em que Joice critica o uso do perfil oficial da SECOM<sup>14</sup> no Twitter (figura 40), em 208 comentários analisados apenas 20 foram positivos e 111 negativos. Também foram encontradas 63 manifestações com ofensas de gênero, principalmente chamando a

---

<sup>14</sup> Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo (SECOM).

deputada de “Peppa”, em referência à personagem de desenho animado, que é uma porca criança, “Peppa Pig”, conforme mostra a figura 41.



Figura 41: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 40).

Em uma publicação sobre o comércio internacional brasileiro, Joice acusou o governo, indiretamente, pelos resultados negativos ao longo do ano. O *tweet* gerou 16 comentários negativos e apenas 5 positivos, em 38 analisados. Na figura 42, é possível ver

duas manifestações que não têm relação com o tema da publicação, sendo um deles com ofensa relacionada ao gênero.

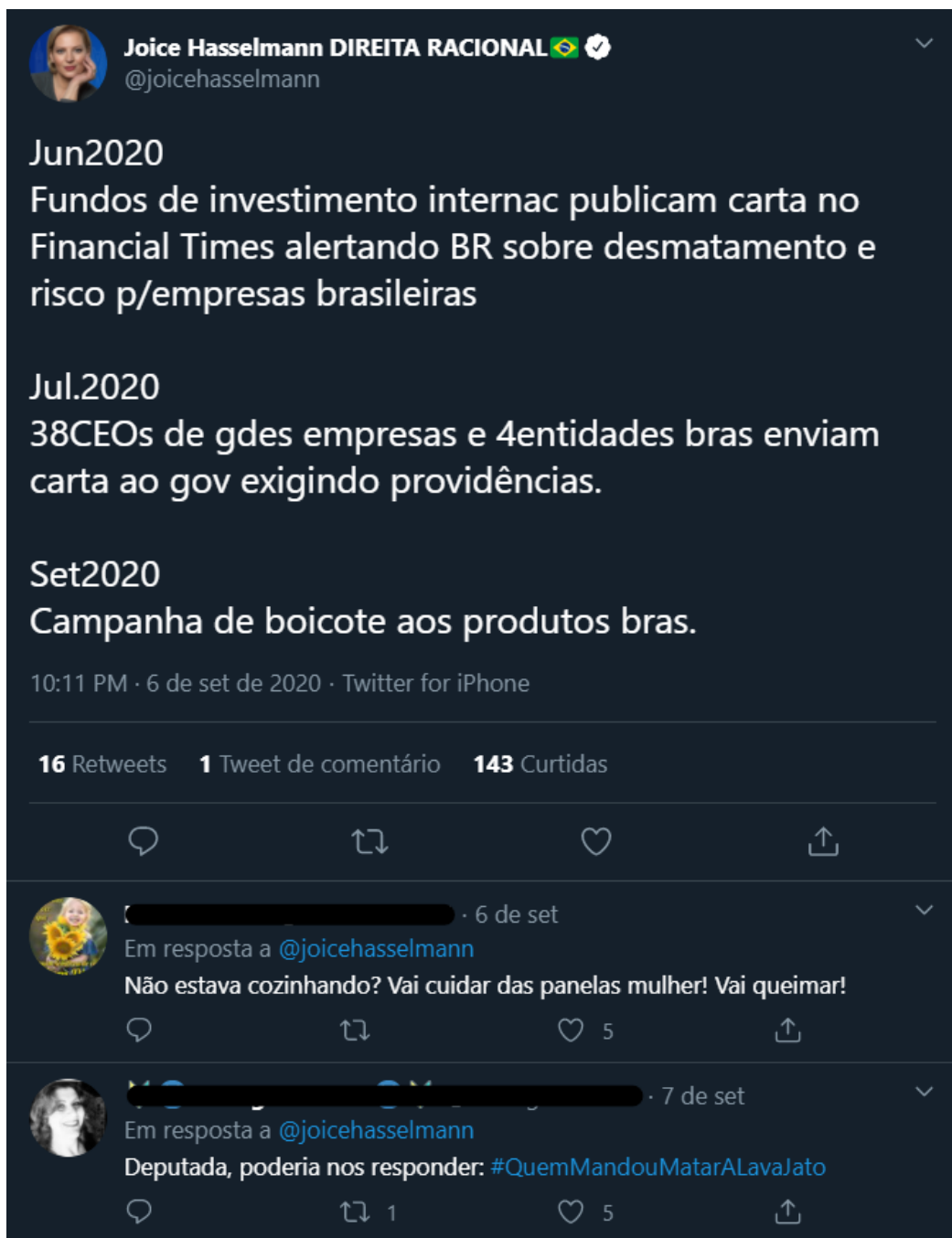


Figura 42: Tweet de Joice Hasselmann sobre o comércio internacional brasileiro.

Joice Hasselmann sempre se posicionou em defesa da Lava Jato. Sendo assim, com frequência ela era cobrada sobre o tema, como é possível ver em um dos comentários da figura 40, e se posicionava a respeito (figura 43).

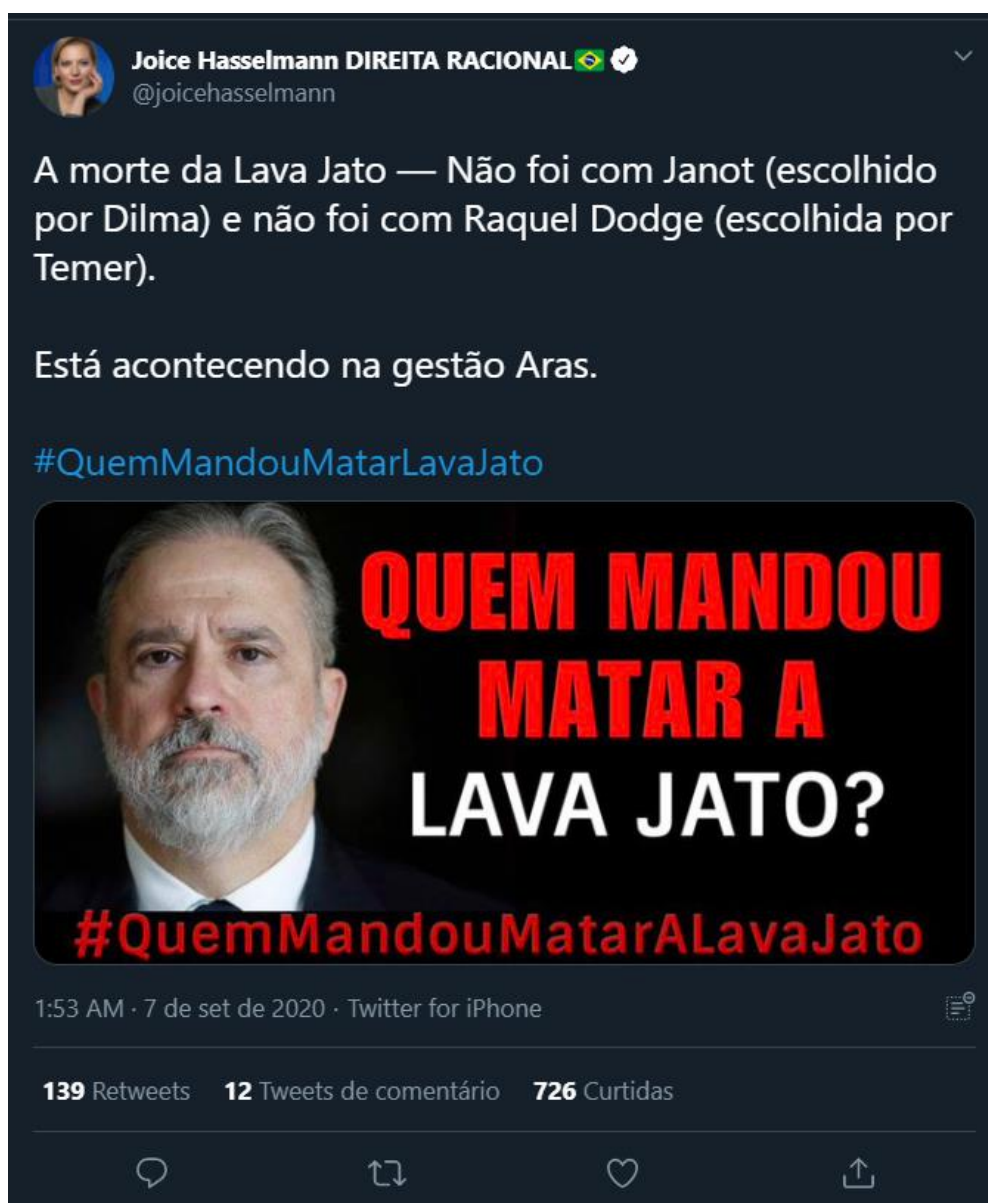


Figura 43: Tweet de Joice Hasselmann em defesa da Operação Lava Jato.

A #QuemMandouMatarALavaJato gerou reações negativas nos comentários. Algumas pessoas consideraram que a Joice estaria “mudando de lado”. Dos 124 comentários, houve um empate no número de comentários neutros e comentários negativos, sendo 45 de cada tipo. Essa publicação também gerou 19 manifestações com questões de gênero.

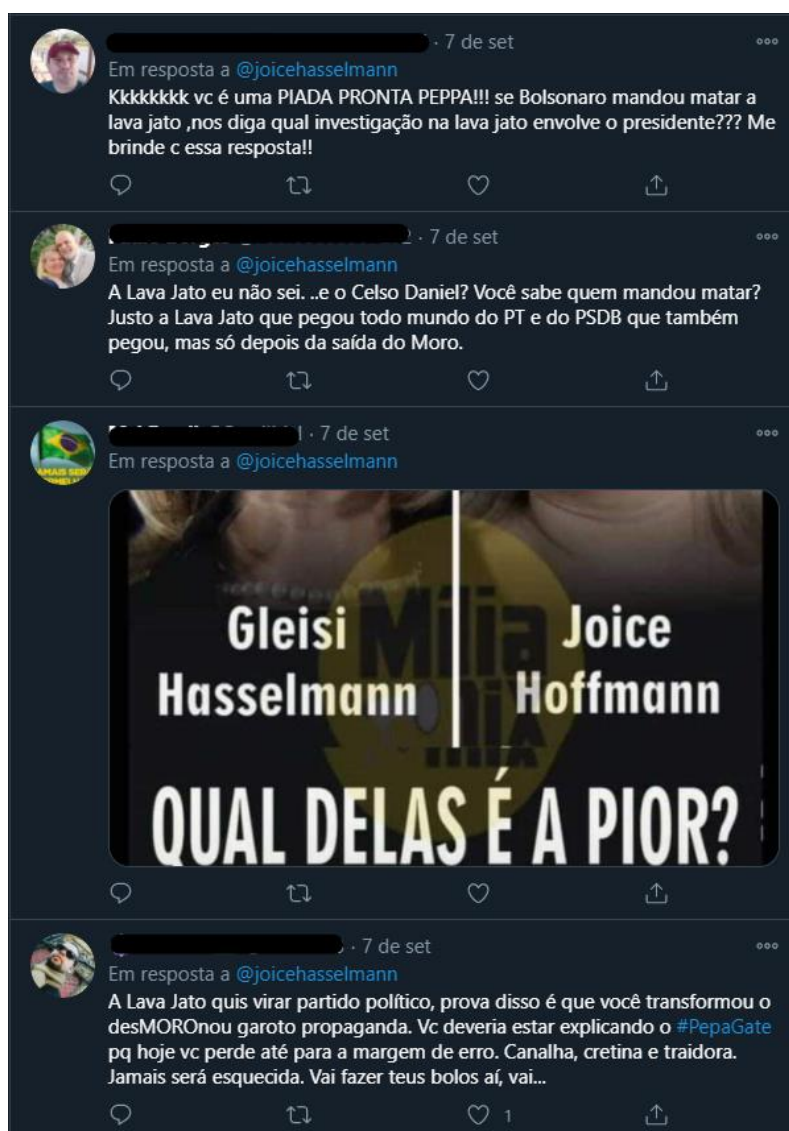


Figura 44: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 43).

Na figura 45, um dos comentários é uma captura de tela de uma publicação no *Facebook*, em nome de “Avança Brasil, intitulada “Carta aberta à Deputada Joice Hasselmann”<sup>15</sup>. Nela, o autor diz que concorda com a postura da Joice de emagrecer pensando na saúde dela, porém o emagrecimento veio com “ vaidade”, numa espécie de “vingança” às comparações com a personagem dos *Muppets*<sup>16</sup>, Miss Piggy. Ele completa

<sup>15</sup> Carta na íntegra nos anexos.

<sup>16</sup> *Os Muppets* podem ser animais, humanoides, monstros, extraterrestres ou criaturas inventadas, originadas por Jim Henson. A primeira aparição desses personagens foi na série de televisão *Sam and Friends* e atualmente eles pertencem a Disney.

dizendo que “o apelido não lhe foi atribuído pelo alto peso físico, mas sim pelo seu baixo peso moral...”

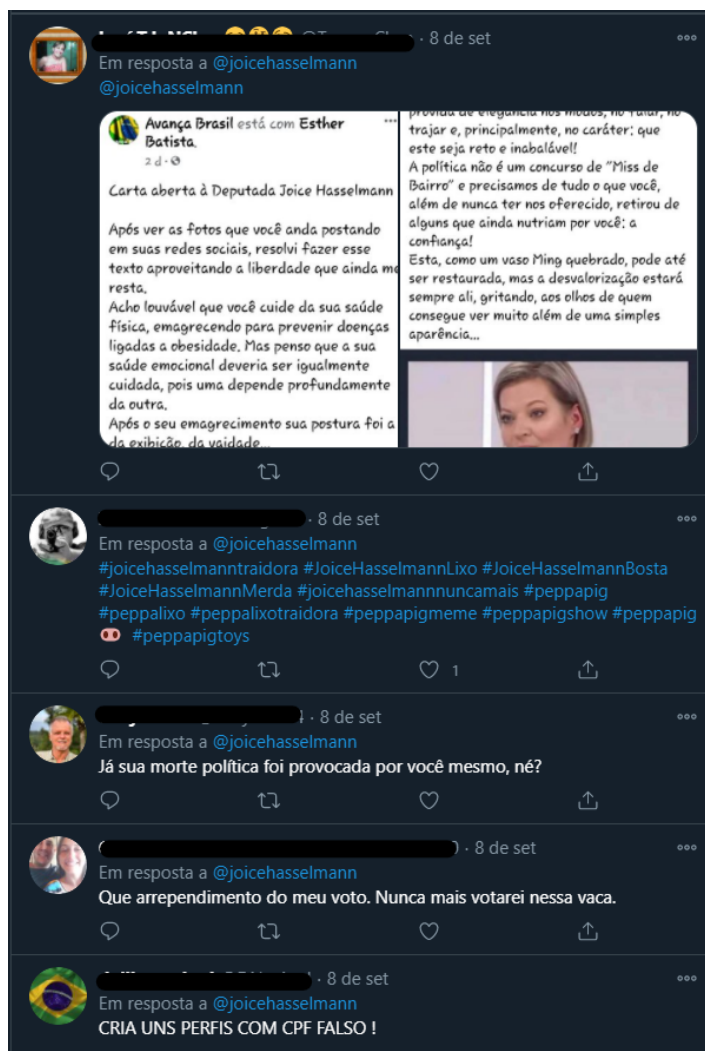


Figura 45: Respostas ao tweet de Joice Hasselmann (figura 43).

Geralmente, a Joice não costuma reagir aos comentários às suas publicações. Entretanto, no *tweet* sobre a Lava Jato, ela ocultou uma das respostas, como pode ser visto na figura 46. A manifestação ocultada, além de criticar a Lava Jato e a atuação do ex-juiz Sérgio Moro, também cobra respostas da deputada, faz insinuação sobre sua performance como candidata à prefeitura, em que ela “perde até para a margem de erro” e finaliza com o direcionamento relacionado a gênero “vai fazer teus bolos aí, vai...”.



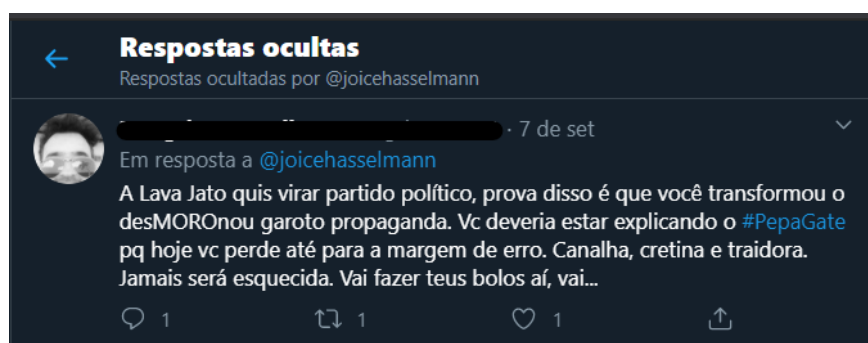


Figura 46: Resposta ao tweet de Joice Hasselmann (figura 43) ocultada pela deputada.

Joice também se manifestou contra o governo a respeito do atraso em apresentar propostas importantes (figura 47). Nessa publicação, dos 52 comentários analisados, 36 não tinham nenhuma relação com o tema (neutros) e apenas 4 eram positivos.

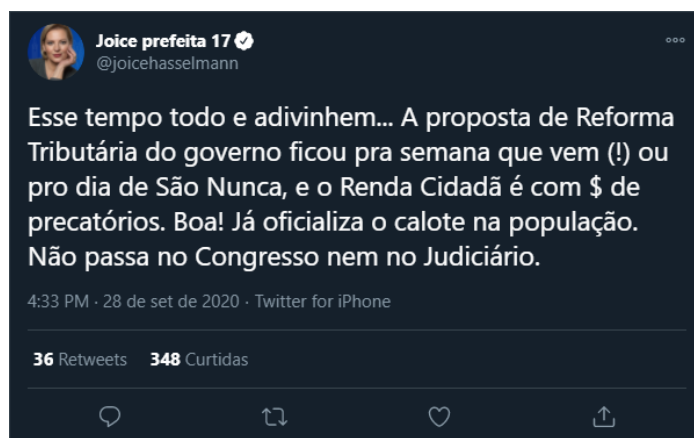


Figura 47: Tweet de Joice Hasselmann criticando o governo.

Para melhor visualização quantitativa dos *tweets* analisados, eles foram resumidos no quadro abaixo (figura 48). Novamente, todos foram separados por um pequeno resumo do que contém nas publicações, identificando a categoria do qual fazem partes, apresentando numericamente os comentários analisados entre positivo, neutro, negativo e com questões de gênero.

Resumo da postagem (temática)	Categoria da postagem	Análise dos comentários			
		Positivos	Neutros	Negativos	Questões de gênero
Figura 25: Apoiando Bolsonaro contra Lula – Eleições 2018	Apoio ao governo	15	10	1	1
Figura 27: Crítica ao Intercept Brasil e ao Glenn Greenwald	Defesa pessoal	25	11	6	1

Figura 29: Resposta ao mesmo <i>tweet</i> do Intercept Brasil	Promoção política	121	30	16	5
Figura 32: Justiça determina que post sobre Joice feitos por Guilherme Dimenstein sejam apagados	Defesa pessoal	21	24	13	1
Figura 33: Prestação de serviço	Promoção política	13	22	28	0
Figura 35: Resposta à publicação insinuando sua saída da liderança do governo	Promoção política	135	35	33	1
Figura 36: Crítica à publicação sobre sua candidatura à prefeitura	Promoção política	8	62	155	6
Figura 37: Resposta à mesma publicação de Guilherme Caetano	Defesa pessoal	0	0	5	0
Figura 40: Crítica ao uso da SECOM	Contra o governo	20	77	111	63
Figura 42: Análise do status do comércio internacional brasileiro em 2020	Contra o governo	4	18	16	6
Figura 43: Crítica à condução da Lava Jato por Aras	Lava Jato	34	45	45	21
Figura 47: Crítica ao atraso na entrega de reformas pelo governo Bolsonaro	Contra o governo	4	36	12	10

*Figura 48: Quadro resumo das publicações analisadas no perfil de Joice Hasselmann*

#### 4.3. Quadro de análise das postagens

Dentro deste estudo, foram analisadas 24 publicações, entre 2018 e 2020, das deputadas Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann, 12 para cada perfil. Esse montante rendeu 2.886 respostas às publicações. As postagens foram separadas em categorias gerais e destas pode-se extrair quais produziram mais conteúdos negativos e os mais ofensivos levantando questões de gênero.

<b>Deputada</b>	<b>Categoria da postagem</b>	<b>Total de publicações</b>	<b>Total de comentários negativos</b>	<b>Total de comentários com questões de gênero</b>
Gleisi	Eleições	2	289	40
Gleisi	Lula	1	146	8
Gleisi	Contra o governo	4	274	44
Gleisi	Lava Jato	2	84	7
Gleisi	Promoção política	2	154	11
Joice	Apoio ao governo	1	1	1
Joice	Defesa pessoal	2	19	2
Joice	Promoção política	4	232	12
Joice	Lava Jato	1	45	21
Joice	Contra o governo	3	139	79

*Figura 49: Quadro resumo dos comentários por categoria de postagem.*

Para melhor visualização da amostragem, em dados gerais, nas 12 publicações, cada deputada teve, em números:

<b>Deputada</b>	<b>Comentários positivos</b>	<b>Comentários neutros</b>	<b>Comentários negativos</b>	<b>Comentários com questões de gênero</b>
Gleisi	166	322	947	110
Joice	400	370	436	115

*Figura 50: Quadro resumos dos comentários recebidos pelas deputadas.*

#### 4.4. Discussão

As postagens escolhidas encaixaram em sete categorias pré-definidas para análise. Para Gleisi, as postagens sobre as Eleições 2018 foram as que mais renderam comentários

negativos. Do outro lado, os conteúdos de promoção política de Joice renderam mais manifestações negativas para a deputada. Em ambos os casos, os *tweets* contra o governo foram os que mais levantaram questões de gênero.

É possível observar também que cada deputada recebeu comentários negativos muito particulares à sua posição política, mas que muitas vezes não tinham relação com o conteúdo que elas haviam publicado. Gleisi foi massivamente chamada de “amante”, essa foi a principal questão de gênero levantada, porém não a única. Também a insultaram de “louca”, “vagabunda” e “narizinho”, esse último insinuando uma possível rinoplastia feita pela deputada. No entanto, nem todas as manifestações negativas eram sobre ela, em muitas, os comentários eram insultos ao PT e em menção ao ex-presidente Lula.

Já a Joice começou sendo muito amada e defendida pelos usuários do Twitter que interagem com suas publicações, não à toa ela foi a deputada mais votada da eleição, demonstrando força política dentro e fora das redes. Porém, conforme sua relação com o governo mudou, os comentários também mudaram. “Traíra” e “aproveitadora” foram alguns dos termos que marcaram essa transição entre apoio e oposição ao governo federal. Também surgiram as ofensas de gênero, majoritariamente, relacionadas a sua aparência física, como: “Peppa”, “porca”, “vaca” e “redonda”, palavras retiradas dos recortes feitos nessa pesquisa.

À luz da bibliografia, foi possível identificar que o discurso de ódio tem como objetivo humilhar e desqualificar o outro. Em relação às mulheres, os autores veem que as performances de gênero que fogem da norma “bela, recatada e do lar” são alvos para ataques desse tipo, entretanto, as críticas quase sempre fogem das ações políticas e se direcionam às ofensas pessoais. Na música, como no estudo de Freire Filho, e na política, como demonstrado nessa pesquisa, as mulheres vão ser criticadas por fatores pessoais mais do que pelo que acontece dentro da esfera pública.

Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann protagonizaram momentos distintos em relação aos comentários em suas postagens. Enquanto com a primeira sempre foi evidente a maior presença de manifestações negativas, a segunda por muito tempo obteve mais apoio do que críticas em suas publicações. Apesar disso, Joice Hasselmann foi quem recebeu mais comentários com ofensas de gênero e também os insultos mais agressivos. Não houve nenhum debate de propostas, quase nenhuma argumentação plausível à crítica que era feita. Gleisi não respondeu a nenhum comentário da amostra, usou seu Twitter apenas para se expressar, enquanto Joice ocultou um comentário que criticava sua posição e suas crenças e rebateu apenas matérias e jornalistas que falaram sobre ela.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou identificar quais temáticas geravam mais comentários agressivos (discurso de ódio), nos perfis das deputadas Gleisi Hoffmann e Joice Hasselmann, e concluiu-se que as publicações que falavam sobre o atual presidente ou o ex-presidente provocaram as reações mais negativas, principalmente envolvendo discurso de ódio e questões de gênero. As publicações de autopromoção política de Joice foram as que levantaram mais comentários negativos para ela. Saber isso responde à pergunta da pesquisa, atingindo o principal objetivo do trabalho.

Essa pesquisa também conseguiu identificar o que falavam e como falavam os comentários nas publicações das deputadas. Na amostra, os demais usuários do Twitter expressaram, principalmente, suas insatisfações, de maneira mais ofensiva, com o desempenho de Gleisi e Joice como deputadas. “Vai trabalhar. 9 meses do ano já se passaram e voce NAO FEZ PORRA NENHUMA. VOCE TRABALHA PARA O POVO, DESGRAÇA” (sic), dizia um dos comentários negativos recebidos por Gleisi Hoffmann (figura 12). “Que arrependimento do meu voto. Nunca mais votarei nessa vaca.”, comentou outro para Joice Hasselmann, como resposta a uma de suas publicações (figura 45).

Durante a análise, foi possível identificar que as principais manifestações eram feitas com um tom mais agressivo, apenas destilando ódio. De um modo geral, ao analisar os comentários ofensivos, verificou-se que eles não tinham relação com as publicações. Como por exemplo, o usuário que disse: “vc é muito biscate, o luladrao roubou o país durante anos e vc que tinha,transando com o lindinho” (sic), em uma publicação de Gleisi Hoffmann contra o atual governo (figura 15). Para Joice Hasselmann, exemplifica essa falta de relação entre publicação e comentário a mensagem “Vai fazer um regime ilustre deputada, você já foi flor do campo, hoje está parecendo um sapo do brejo!”, comentada em um *tweet* em que Joice defendia sua relação com o presidente Bolsonaro (figura 31).

Os usuários aproveitaram do espaço para manifestar suas insatisfações, pessoais ou políticas, utilizando muitas vezes de agressividade, ironia e perguntas retóricas. Sendo assim, concluiu-se que o discurso de ódio, as questões de gênero e os comentários negativos pouco tinham a ver com as publicações originais, como foi questionado e demonstrado nessa pesquisa. Para Gleisi, geralmente, as manifestações estavam atreladas às críticas ao seu partido, usando o vocativo “amante” para se referir à ela. Do outro lado, Joice recebeu comentários mais direcionados a sua pessoa, sendo chamada de “Peppa”, uma ofensa à sua

aparência física, e “traíra” pelo seu posicionamento de afastamento com o governo e sua candidatura à prefeitura de São Paulo.

Um outro objetivo dessa pesquisa era identificar como que as contas oficiais das deputadas se posicionam quanto aos comentários em suas publicações. Como observado, Gleisi e Joice não rebateram às manifestações, ou seja, os comentários não eram respondidos. Diferentemente da proposta dialógica das redes, sugerida por Aggio e Recuero, os perfis das deputadas não são um espaço aberto para debate e, pelos comentários analisados, os demais usuários pouco têm interesse em construir um diálogo. Talvez, a escolha de não responder aos *haters*, seja uma forma de se defenderem de outras retaliações. Essa hipótese também fica como desdobramento em pesquisas futuras sobre a ótica das figuras públicas acerca dos comentários recebidos. A única ação realizada, sobre algum comentário feito, dentro dessa amostra, foi a ocultação de uma manifestação, criticando a Lava Jato e a Joice, pelo perfil deputada.

A identificação dos perfis dos comentaristas não foi levantada, pois este trabalho exigiria mais tempo e detalhamento das interações dos usuários com os perfis das deputadas. Além disso, as respostas encontradas com a investigação dos autores dos comentários, levaria a outros desdobramentos de pesquisa, diferentes dos inicialmente propostos nesse estudo. Entretanto, conhecer quem fala também tem grande relevância para compreender melhor o fenômeno do discurso de ódio e aprofundar no papel hierárquico existente nas questões de gênero. Por isso, a identificação dos comentaristas fica como desdobramento para pesquisas futuras.

Por fim, realizar essa pesquisa foi bastante difícil, pois o discurso de ódio esteve atrelado em muitos comentários com questões de gênero. É notável que ainda há muito a se estudar e discutir sobre o assunto, na tentativa de solucioná-lo. O ambiente político ainda é misógino<sup>17</sup> e a internet tem facilitado o discurso de ódio, escondido em perfis *fakes*, disfarçado de liberdade de expressão. Possivelmente, saber que a deputada não vai responder, e que o que foi dito acaba ali, estimula que mais pessoas tenham esse tipo de comportamento.

---

<sup>17</sup> Segundo o dicionário Oxford, “que ou aquele que apresenta misoginia”. Misoginia, por sua vez, segundo o mesmo dicionário, significa “ódio ou aversão às mulheres”.

Ao mesmo tempo que delicado, ler cada comentário e categorizá-los manualmente, essa monografia permitiu ampliar os horizontes para pesquisas nessa área ao apresentar argumentos relevantes e necessários para a continuidade do tema. A expectativa é que esse trabalho seja apenas o pontapé para vários desdobramentos em estudos sobre gênero, comunicação e política, dentro e fora da comunicação organizacional.

Os temas aqui levantados também cabem em outras disciplinas, como psicologia e sociologia, enriquecendo o debate com a multidisciplinariedade da pesquisa. O discurso de ódio não pode seguir ganhando espaço nos ambientes virtuais e presenciais, muito menos encontrando as mulheres (e outras minorias) como alvos fáceis, até mesmo para aquelas em posições de superioridade e poder político. Comentários, como os analisados, não podem ser endossados ou banalizados. Entender a raiz do problema, as motivações e os temas que despertam essas reações é a chave para encontrar e propor soluções para o fim do discurso de ódio no Twitter e nas demais redes.

## 6. REFERÊNCIAS

AGGIO, Camilo de Oliveira. **Campanhas políticas e sites para redes sociais: um estudo sobre o uso do Twitter na eleição presidencial brasileira de 2010**. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/25197/1/Camilo%20Aggio%20-%20Tese%20-%20Campanhas%20Pol%c3%adticas%20e%20Sites%20para%20Redes%20Sociais%20%281%29.pdf>>. Acesso em: 13 de novembro de 2020.

AMARAL, Adriana; COIMBRA, Michele. Expressões de ódio nos sites de redes sociais: o universo dos haters no caso #eunãomereçoserestuprada. **Contemporânea: comunicação e cultura**, UFBA, v. 13, ed. 2, p. 294-310, 2015. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/14010>>. Acesso em: 21 de novembro 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRAGA, Renê Moraes da Costa. A indústria das fake news e o discurso de ódio. In: PEREIRA, Rodolfo Viana (Org.). **Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio**: volume I. Belo Horizonte: Instituto para o Desenvolvimento Democrático, 2018. p. 203-220. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4813>>. Acesso em: 21 de novembro de 2020.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 7582, de 20 de maio de 2014**. Define os crimes de ódio e intolerância e cria mecanismos para coibi-los, nos termos do inciso III do art. 1º e caput do art. 5º da Constituição Federal, e dá outras providências. Brasília, 2014. Disponível em: <[https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1254961&filename=PL+7582/2014](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1254961&filename=PL+7582/2014)>. Acesso em: 21 de novembro de 2020.

BUTTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Joice Hasselmann**: biografia. Brasília, 2020. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/deputados/204546/biografia>>. Acesso em: 8 de novembro de 2020.

CARDOSO, Sarah Côrrea; ZAGO, Camila; SILVA, Bianca Vieira da. Discurso de ódio nas redes sociais. **Jus**, [s. l.], 2019. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/71639/discurso-de-odio-nas-redes-sociais>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

CARLOTO, Cássia Maria. O conceito de gênero e sua importância para a análise das relações sociais. **Serviço Social em Revista**, Londrina, v. 3, ed. 2, jan/jun 2001. Disponível em: <[http://www.uel.br/revistas/ssrevista/c\\_v3n2\\_genero.html](http://www.uel.br/revistas/ssrevista/c_v3n2_genero.html)>. Acesso em: 21 de novembro de 2020.



CODING RIGHTS; INTERNETLAB. Violências contra mulher na internet: diagnóstico, soluções e desafios. Contribuição conjunta do Brasil para a relatora especial da ONU sobre violência contra a mulher. São Paulo, 2017. Disponível em: <[https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2017/11/Relatorio\\_ViolenciaGenero\\_ONU.pdf](https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2017/11/Relatorio_ViolenciaGenero_ONU.pdf)>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

COSTA, Cristina. Liberdade de expressão e campanhas eleitorais. In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs.). **Liberdade de expressão e campanhas eleitorais: Brasil 2018**. São Paulo: ECA-USP, 2019. p. 10-41. 9

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017;

FIGUEIREDO, M. G. DE; DINIZ, G. R. S. Mulheres, casamento e carreira: um olhar sob a perspectiva sistêmica feminista. **Nova Perspectiva Sistêmica**, v. 27, n. 60, p. 100-119, 28 dez. 2018. Disponível em: <<https://www.revistanps.com.br/nps/article/view/393/315>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

FREIRE FILHO, J. **A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais**. São Paulo: INTERCOM, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-2085-1.pdf>>. Acesso em 21 de novembro de 2020.

GLEISI. **História de luta**. Curitiba, 2020. Disponível em: <<https://gleisi.com.br/historia-de-luta/>>. Acesso em: 8 de novembro de 2021.

IBGE EDUCA. **Uso de internet, televisão e celular no Brasil**. [S. l.], 2020. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>>. Acesso em: 13 de novembro de 2020.

MARTINS, Adriane Figueirola; HOLZBACH, Ariane. **O Eleitor tem a Força! Os Comentários dos Eleitores no Twitter e o Papel da Audiência nos Debates Presidenciais**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Recife, 2011. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife-PE. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1927-1.pdf>>. Acesso em: 13 de novembro de 2020.

OLIVEIRA, João Manuel de; AMANCIO, Lígia. Liberdades condicionais: o conceito de papel sexual revisitado. **Sociologia, Problemas e Práticas**, Oeiras, n. 40, p. 45-61, set. 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0873-65292002000300004&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292002000300004&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSSETTO, Graça; CARREIRA, Rodrigo; ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. In: **Revista Compólitica**, n. 3, vol. 2, ed.

julho-dezembro, ano 2013. Rio de Janeiro: Compolítica, 2013. Disponível em: <<http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/49/51>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, UFRGS, v. 20, ed. 2, p. 71-99, jul/dez 1995. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>>. Acesso em: 21 nov. 2020.

STUMPF, Ida R.C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

WE ARE SOCIAL. **Global Digital In 2019**. Nova Iorque, 2020. Disponível em: <<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

**ANEXO A: CHARGE UTILIZADA, COMO RESPOSTA À FIGURA 9, COM  
QUESTÃO DE GÊNERO.**



*Figura 51: Charge sexualizando Sergio Moro e colocando Deltan Dallagnol em posição de submissão.*

**ANEXO B: CARTA ABERTA PARA JOICE HASSELMANN, ESCRITA PELO GRUPO AVANÇA BRASIL, POSTADA COMO RESPOSTA À FIGURA 43.**



**Avança Brasil** está com **Esther Batista**.

2 d · 🌐

Carta aberta à Deputada Joice Hasselmann

Após ver as fotos que você anda postando em suas redes sociais, resolvi fazer esse texto aproveitando a liberdade que ainda me resta.

Acho louvável que você cuide da sua saúde física, emagrecendo para prevenir doenças ligadas a obesidade. Mas penso que a sua saúde emocional deveria ser igualmente cuidada, pois uma depende profundamente da outra.

Após o seu emagrecimento sua postura foi a da exibição, da vaidade...

Penso que a sua intenção foi se "vingar" do apelido relativo a personagem dos Muppets, mostrando um "cala a boca" em quem te ofendia.

Só que esse apelido não foi lhe atribuído pelo seu alto peso físico, mas sim pelo seu baixo peso moral...

Você despertou a decepção em muitos, a

... vergonha em alguns e a raiva na maioria. Mulher de corpo bonito, Joice, a gente encontra em qualquer esquina...

O que nós, brasileiros, precisamos é de gente provida de elegância nos modos, no falar, no traçar e, principalmente, no caráter: que este seja reto e inabalável!

A política não é um concurso de "Miss de Bairro" e precisamos de tudo o que você, além de nunca ter nos oferecido, retirou de alguns que ainda nutriam por você: a confiança!

Esta, como um vaso Ming quebrado, pode até ser restaurada, mas a desvalorização estará sempre ali, gritando, aos olhos de quem consegue ver muito além de uma simples aparência...



Figura 52: Carta aberta para Joice Hasselmann escrita pelo movimento Avança