
O TikTok e as novas faces da Comunicação Política: A representação Política de Érika Hilton em seu primeiro biênio como deputada federal (2023 - 2024)¹

João Augusto FAUSTINO²

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – Unesp

Resumo

Este artigo analisa como a deputada federal Érika Hilton utilizou o TikTok, entre 2023 e 2024, como arena estratégica de exercício de sua representação política. A partir de um corpus de 152 vídeos, investiga-se a articulação entre elementos e características exclusivas da plataforma e as demandas representativas apresentadas por ela. A pesquisa dialoga com teorias da representação política e adota uma metodologia combinando o “mapa de claims” (Saward, 2010) com a tipologia de agendas parlamentares (Almeida, 2020). Os resultados indicam predominância de conteúdos representativos e legitimidade técnica, revelando o TikTok como espaço potente, embora assimétrico, de visibilidade política trans.

Palavras-chave: Comunicação política; Mulheres trans; Processualidade representativa; Mídias digitais.

A consolidação da sociedade da informação (Castells, 2000) reorganizou os fluxos comunicacionais e reconfigurou o campo político, possibilitando maior visibilidade a sujeitos historicamente marginalizados, como pessoas transgêneras (Lattman-Weltman, 2015). Em 2022, o Brasil registrou 79 candidaturas trans, das quais quatro foram eleitas; Érika Hilton destacou-se com 256.903 votos, sendo a 17ª mais votada do país (Antra, 2022). Desse modo, a presente investigação tem como foco exploratório o perfil no TikTok da deputada federal Érika Hilton, considerando o recorte temporal de 2023 e 2024, a partir da perspectiva dessa plataforma como arena de exercício de sua representação política (Saward, 2010; Chagas; Stefano, 2023).

A proposta visa analisar como a deputada utilizou a plataforma para fortalecer “o ato de representar” em seu mandato (Garcêz, 2015). Busca-se promover uma análise da relação entre os recursos próprios do TikTok — como filtros, trends e modelos virais (Chagas; Stefano, 2023) — e as demandas representativas articuladas por ela nesse espaço de visibilidade. Em movimento convergente com essa análise, também foram

¹ Trabalho apresentado no Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: joao280303@gmail.com.

mapeadas as tipificações de agenda parlamentar acionadas pela deputada, com base na classificação proposta por Almeida (2020).

Parte-se de um diálogo com teorias da representação política (Manin, 1989; Pitkin, 1967), com destaque para a perspectiva dinâmica e multifacetada entre representantes e representados desenvolvida por Saward (2010). O estudo também se apoia na compreensão de Garcêz (2015), que concebe a representação política — eleitoral ou não — como um processo discursivo, cuja dimensão comunicacional é essencial no contexto de grupos politicamente minorizados.

Em outro pilar teórico tem-se o TikTok, uma rede que se configura como uma plataforma potente para a comunicação política, moldando formas específicas de engajamento e visibilidade (Canavilhas, 2009; Chagas; Stefano, 2022). Seu formato, baseado em vídeos curtos, editáveis e sonoros, favorece a viralização de narrativas políticas performáticas. No entanto, essa dinâmica é atravessada por assimetrias estruturais, uma vez que a lógica algorítmica e comercial regula o alcance dos conteúdos. Assim, embora estimule a participação, a plataforma também reproduz desigualdades no acesso à visibilidade, constituindo-se como uma arena fértil e disputada na construção simbólica da política contemporânea.

Pautada nessa tentativa de compreender a relação entre essa nova plataforma e a representação política, a proposta analisou 152 vídeos publicados pela deputada em seu perfil no TikTok, considerando as partículas discursivas verbalizadas nos conteúdos, os recursos acionados da plataforma e suas métricas de alcance visíveis a usuários externos. Para isso, foi mobilizada uma adaptação metodológica do “mapa de claims” de Saward (2010), em conformidade com a proposta de Almeida (2020), que estrutura os conteúdos em quatro macrocategorias: agenda ordinária (relativa à atuação parlamentar direta), agenda extraordinária (temas políticos em geral, mas fora da atividade legislativa), assuntos pessoais (vida privada e familiar) e assuntos não políticos *stricto sensu* (como conteúdos religiosos ou virais), além de uma análise exploratória para a coleta das métricas.

Por fim, a análise preliminar do corpus revela que, em 68,6% dos vídeos publicados, a deputada executa diretamente o “ato de representar”, indicando o fortalecimento da processualidade representativa em sua atuação parlamentar, bem como o reconhecimento da plataforma não apenas como rede social voltada ao

entretenimento pessoal (Chagas; Stefano, 2022). Quanto às fontes de legitimidade mobilizadas na sua representação, observa-se que, entre os conteúdos com maior alcance (em visualizações, curtidas e comentários), predominam os vídeos com discursos políticos fundamentados em fontes pessoais de legitimação. Isso sugere uma tendência inicial do consumo de conteúdos políticos no TikTok por meio de conexões afetivas e identitárias, apontando para uma nova face da cultura da comunicação política nos meios digitais (Canavilhas, 2009).

Referências

- ALMEIDA, Danielle R. S. **Representantes, representados e mídias sociais: mapeando o mecanismo de agendamento informacional**. Tese (Doutorado) — Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Belo Horizonte, 2020.
- ANTRA - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS. **Dados de trans e travestis nas eleições de 2022**. Disponível em: <https://antrabrasil.org/eleicoes2022/>. Acessado em: 24 jan. 2024.
- CANAVILHAS, João. A comunicação política na era da internet. In: CONGRESSO SOPCOM, 6., 2009, Lisboa. Anais [...]. Lisboa: Universidade da Beira Interior, 2009. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>. Acesso em: 24 de mar de 2025.
- CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura. In: **A Sociedade em rede**. São Paulo : Paz e Terra, v. 1, 2000.
- CHAGAS, V.; STEFANO, L. TikTok e polarização política no Brasil. Niterói: **coLAB/UFF**, 2022. .
- CHAGAS, V.; STEFANO, L. **Strategic use of TikTok by Brazilian politicians**. 2023.
- GARCÊZ, R. L. O. **Representação política e lutas sociais: quem fala em nome de quem no debate sobre a educação de surdos**. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 175 , 2015.
- LATTMAN-WELTMAN, F. **Democracia e revolução tecnológica em tempos de cólera: influência política midiática e radicalização militante**. Trabajo presentado en el congreso de VI Compolítica. Rio de Janeiro, 2015.
- MANIN, Bernard. **The principles of representative government**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
- PITKIN, Hannah. **The concept of representation**. Berkeley: University of California Press, 1967.

SAWARD, Michael. **The representative claim**. Nova York, Oxford University Press, 2010.