

Travesti Preta Deputada Eleita: estratégias de construção da imagem pública política de Erika Hilton¹

Eduarda Silva de Lima²
Fiorenza Zandonade Carnielli³

Resumo

Este artigo apresenta os principais resultados do estudo de caso que se dedicou à compreensão da demarcação estratégica do posicionamento público da deputada federal Erika Hilton no espaço político e midiático brasileiro. A investigação, à luz da Comunicação Pública e Política e da Política de Imagem, destaca a presença da deputada na plataforma Instagram. Por meio da pesquisa de cunho qualitativo, verificou-se que sua demarcação estratégica a partir das categorias ação política institucionalizada e ação social politizadora integra o uso da beleza, da moda e da arte pop, assim como da responsabilidade social e ética e da luta por minorias identitárias para a projeção da sua imagem pública política.

Palavras-chave

Erika Hilton; Comunicação Pública; Imagem Pública Política; Mulher Trans/Travesti.

Introdução

O presente artigo possui como objetivo apresentar a pesquisa cujo foco foi a compreensão da demarcação estratégica do posicionamento público da deputada federal Erika Hilton no espaço político e midiático brasileiro⁴. Erika Hilton, primeira deputada federal negra e travesti eleita na história do país, pelo estado de São Paulo, em 2022, surge na política em um cenário de lutas identitárias e disputas de poder. Nas eleições municipais de 2020 em São Paulo, foi a vereadora mais votada em todo o país e, somente dois anos depois, figurou entre as dez parlamentares mais votadas no estado de São Paulo, com 256.903 votos. Com esses sucessos eleitorais, Hilton se consolida como uma potência e porta-voz influente dos grupos minoritários.

Erika Hilton constitui-se como uma figura política bastante presente nas redes sociais, possuindo contas nas principais plataformas atuais, como Instagram, TikTok, Twitter e Facebook. Destacando-se nesse terreno de visibilidade pública e de busca por influência e

¹ Trabalho apresentado no Espaço Graduação, atividade integrante do XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Recém-graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Contato: rp.eduardalima@gmail.com.

³ Professora Doutora em Informação e Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Contato: fiorenza.carnielli@ufrgs.br.

⁴ Este artigo reporta à pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso de Relações Públicas da UFRGS defendido por Lima (2024).

apoio, Hilton acumula milhões de seguidores. O foco desta pesquisa é o seu perfil no Instagram, visto ser sua rede com maior número de seguidores (1,9 milhão, em 6/11/2023) e possuir atividade intensa, com uma recorrência de publicações quase diária.

Considerando o crescimento de Hilton no cenário político nacional e sua forte presença nas redes sociais, questionamos: de que forma a deputada utiliza seu perfil do Instagram? Como ela utiliza da rede para a construção de sua imagem pública? De que maneiras ela representa a diversidade de gênero? A partir desses questionamentos, nasce o seguinte problema de pesquisa: *qual é a demarcação estratégica do posicionamento público da deputada federal Erika Hilton, enquanto mulher trans/travesti, a partir da análise da sua conta no Instagram?*

Com o intuito de responder ao problema de pesquisa, tem-se como *objetivo geral compreender a demarcação estratégica do posicionamento público da deputada federal Erika Hilton no espaço político e midiático brasileiro, analisando as publicações da sua conta do Instagram*. Como *objetivos específicos* consideramos (a) *identificar como se constitui e se estrutura o perfil de Erika Hilton no Instagram*; (b) *compreender, a partir das publicações, as estratégias utilizadas por Hilton na construção da sua imagem pública política*; e (c) *compreender de que forma se dá a apresentação pública de Erika Hilton como mulher trans/travesti na política brasileira*.

A presente pesquisa constitui-se como um estudo de caso, de abordagem qualitativa, e contou com o aporte teórico da Comunicação Pública e Política, inclusive na discussão sobre gênero, mídia e política, a partir da revisão bibliográfica. A pesquisa documental foi a técnica aplicada para o estudo da biografia e atuação de Erika Hilton, além da realização da coleta de dados para pesquisa em rede social, que incluiu publicações do Instagram da deputada (https://www.instagram.com/hilton_erika/) postadas durante o mês de novembro de 2023. Com a coleta desse período, o *corpus* foi constituído por fotos, vídeos e textos publicados no *feed* (26 publicações) e nos *stories* (74 publicações). A apreciação dos dados foi realizada a partir da análise de conteúdo e orientada pelas categorias analíticas voltadas à *ação política institucionalizada* e à *ação social politizadora*.

A estrutura do artigo segue a seguinte organização: introdução, em que é contextualizado o problema de pesquisa e os objetivos do estudo; imagem pública política e os estereótipos das mulheres na política, em que há a discussão conceitual que fundamenta o trabalho; abordagem metodológica, que conta com a descrição da metodologia para a coleta e análise dos dados; *ação política institucionalizada*, *ação social politizadora* e apresentação pública como mulher trans/travesti, subitens que abordam a análise e discussão dos resultados

obtidos a partir das categorias estabelecidas para a pesquisa; e as considerações finais, reflexões críticas acerca do que foi apreendido com a pesquisa e caminhos para aprofundamentos futuros.

Imagem Pública Política

A imagem pública, para Weber (2004), é imprescindível à visibilidade e à identificação dos sujeitos políticos. Existe como um sistema “[...] de construções e desconstruções de verdades, realidades e de legitimidade, tanto de quem fala sobre si próprio, como sobre os próprios espelhos – mídias, espaços, palcos” (Weber, 2004, p. 260). A partir do trecho citado, é possível perceber que o processo envolvido na imagem pública é vivo e dinâmico e, ao abranger diversos atores, não fala somente sobre o sujeito da imagem pública, mas de todos aqueles que fazem parte dessa criação. Segundo a autora, a imagem pública é uma equação que envolve os seguintes elementos: imagens abstratas (o imaterial) somadas às imagens concretas (o material), que culminam na imagem pública “resultante da imagem conceitual emitida pelos sujeitos políticos em disputa de poder” (Weber, 2004, p. 262).

Adentrando a esfera da política de imagem, Gomes (1999) a define como [...] fenômeno da transformação da arena política num espaço de competição pela produção de imagens dos atores políticos, pelo controle do modo de sua circulação na esfera pública, pelo seu gerenciamento nos *media* e pela sua conversão em imagem pública. (Gomes, 1999, p. 145). Segundo o autor, a competição pela criação, domínio e condução da imagem pública dos sujeitos políticos tornou-se o modo como são resolvidas as questões relacionadas à disputa política, desde as campanhas eleitorais até as comunicações governamentais (Gomes, 1999). É nesse campo de disputa que se determinam

as preferências eleitorais, organiza-se e/ou se mobiliza a sociedade civil ou a comunidade internacional numa ou noutra direção, tranquiliza-se ou se excita a opinião pública ou o mercado financeiro, estabelecem-se ou se suprimem as condições de governabilidade por parte de um partido, grupo ou ator, conquista-se ou perde-se credibilidade. (Gomes, 1999, p. 146).

Como já mencionado a respeito da imagem pública, ela é fundamental à identificação e à visibilidade dos sujeitos políticos (Weber, 2004). A visibilidade, segundo Gomes (2008), consiste em uma das duas dimensões da esfera pública, juntamente com a discutibilidade (argumentação). Gomes (2008), partindo da perspectiva habermasiana, afirma que ambas as dimensões ocorrem paralelamente na formação da opinião e na produção de decisões de interesse público. Sendo assim, a esfera pública não possibilita somente visibilidade social, mas “a acessibilidade das posições expostas ao juízo público” (Gomes, 2008, p.131); bem

como seu objetivo não consta somente na criação de sociabilidade, mas no “convencimento demonstrativo mediante disputa argumentativa conduzida com razoabilidade” (Gomes, 2008, p. 131).

Thompson (2012), ao discorrer sobre a administração da visibilidade, afirma que essa é uma arte política antiga. A atenção e o cuidado prestados à própria imagem pessoal sempre foram observados no meio político, sendo somente a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação que decorreu uma mudança nas regras dessa arte (Thompson, 2012). A partir dos primeiros sistemas democráticos modernos, a imprensa agia como uma arena onde se realizavam as competições de visibilidade (Thompson, 2012). Esse espaço, a partir da segunda metade do século XX, foi aos poucos sendo ocupado pela televisão.

Hoje em dia, as mídias digitais são o principal propulsor da visibilidade, responsável também por profundas transformações no posicionamento e no relacionamento – agora mais direto – dos atores políticos diante e com os públicos e eleitores – aspectos ainda inexistentes neste texto de Thompson publicado originalmente em 1995. Para o autor,

Renunciar à administração da visibilidade através da mídia seria um ato de suicídio político ou uma expressão de má-fé de quem foi tão acostumado à arte da autoapresentação, ou foi tão bem colocado numa organização que praticou a arte do bom resultado, que pode dispensá-la. (Thompson, 2012, p. 181).

Portanto, Thompson (2012) afirma, com validade também no contexto atual, que a preocupação com a apresentação pessoal diante da sociedade não deve ser considerada uma opção, mas um dever de todos os sujeitos políticos. Não deve haver outra escolha senão a da lei da visibilidade compulsória (Thompson, 2012).

Os estereótipos das mulheres na política

A visibilidade de agentes políticos é questão cara às áreas de conhecimento da comunicação e política que são convocadas a oferecer respostas tanto diagnósticas quanto resolutivas para o problema histórico e atual da sub-representação da mulher e de outras minorias na política. Olhar para a apresentação pública de mulheres políticas requer olhar para a representação do *outro* dominante nesse campo, o homem. Nesse movimento, recorreremos à clássica tipificação de Schwartzberg (1977) para o homem político e complementamos com a abordagem contemporânea de Panke (2016) para a mulher em disputas eleitorais.

No espetáculo que virou a política, Schwartzberg (1977) considera que as imagens projetadas pelos governantes são distintas, baseadas em diferentes peculiaridades e mitos.

Ainda assim, podem ser rotuladas e agrupadas em estereótipos. Schwartzberg (1977) apresenta os quatro estereótipos do homem político por ele identificados: o herói, o homem comum, o líder charmoso e o pai da pátria. O autor afirma, porém, que há dois estereótipos do homem político que as mulheres não possuem o direito de se dar ao luxo de representar. São eles o papel do homem comum, visto que a mulher comum jamais seria aceita pela sociedade no mundo político, pois o sexismo faz com que delas sejam exigidas qualidades excepcionais; e o papel do líder charmoso, pois à mulher é negada qualquer afirmação de sua feminilidade, o contrário faria com que fosse acusada de frívola, de “coquete” (Schwartzberg, 1977).

Percebe-se com Schwartzberg (1977) a inexistência, até então, de estereótipos específicos para as mulheres políticas, já que, para ele, seus papéis se resumem a meras interpretações e imitações dos papéis masculinos. Em Panke (2016), encontramos os estereótipos da mulher política, em especial, da mulher candidata. Estereótipos são, de acordo com Panke (2016), “imagens mentais a respeito de determinados aspectos ou estruturas cognitivas que trazem expectativas sobre um grupo ou categoria” (Panke, 2016, p. 114). Partindo da definição desse conceito, Panke (2016) aponta os seis papéis detectados na mulher candidata, são eles, (1) a dona de casa; (2) a guerreira; (3) a mãe; (4) a atenciosa/sensível; (5) a submissa e (6) a trabalhadora.

Abordagem metodológica

A partir do objetivo geral de compreender a demarcação estratégica do posicionamento público da deputada federal Erika Hilton como mulher trans/travesti no espaço político e midiático brasileiro, com base em seu perfil do Instagram, foi realizado um estudo de caso, método pertinente à pesquisa qualitativa, estruturado com o suporte da revisão bibliográfica, da pesquisa documental e da análise de conteúdo. O método do estudo de caso utilizado se baseia em Braga (2008) e Yin (2001).

O estudo foi realizado com revisão bibliográfica e pesquisa documental, para tratar da biografia e atuação de Erika Hilton. Os documentos acessados foram todos digitais, tais como sites de instituições públicas, sites de revistas, entrevistas e redes sociais, coletados para constituição do estudo de caso. Após observação detalhada de todas as mídias sociais em que Hilton se faz presente, foi possível constatar destaque para o seu perfil no Instagram. Na rede, a deputada costuma fazer publicações com uma recorrência quase diária, seja no feed ou nos stories. Além disso, é onde possui a maior quantidade de seguidores (1,9 milhão, em 6/11/2023).

A coleta incluiu todas as publicações do *feed*, compreendendo fotos, vídeos e textos, postados durante o mês de novembro de 2023 (do dia 1 ao dia 30), totalizando 26 publicações. Também foram observados os *stories* postados do dia 15 ao dia 30 de novembro, um total de 74. A escolha do período da coleta obedeceu ao caráter de atualidade das publicações, além da conveniência de execução da observação. A coleta foi realizada diariamente ao longo dos 30 dias, a partir do acesso pelo perfil pessoal da pesquisadora.

Após realizada a seleção e coleta do *corpus*, foi empreendida a análise de conteúdo. O primeiro momento da análise compreendeu a descrição do material em atenção ao *objetivo específico (a) identificar como se constitui e se estrutura o perfil de Erika Hilton no Instagram*. Os indicadores elegidos para observação foram os seguintes: (a) formato da postagem (imagem, carrossel, *reels*); (b) data da postagem; (c) legenda; (d) tema; (e) localização; (f) publicação conjunta; (g) número de comentários; (h) número de curtidas; e (i) *hashtags*.

Em breve resumo da descrição geral dos elementos técnicos, percebeu-se que a quantidade de comentários nas publicações, verificada no dia 30 de novembro, variou de 162 a 15.314. O número de curtidas, também verificado ao dia 30 de novembro, variou de 12.183 a 347.578. As *hashtags*, observadas somente em três das 26 publicações, não apresentaram relevância para a análise. Em relação às legendas, é possível perceber um texto com tom forte e firme, mas com a presença do humor que é típico de Erika Hilton, além do uso de memes, emojis e uma linguagem acessível, que a aproxima do seu seguidor.

O segundo momento analítico foi direcionado à leitura estratégica, de acordo com o *objetivo específico (b) compreender, a partir das publicações, as estratégias utilizadas por Hilton na construção da sua imagem pública política*. A análise exploratória revelou duas categorias que representam focos temáticos estratégicos dos conteúdos da rede social da deputada: *ação política institucionalizada* e *ação social politizadora*. A análise de conteúdo permitiu identificar, pela recorrência de publicação no período de observação, subcategorias que indicam esforços estratégicos de projeção de uma imagem positiva da deputada, conforme Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 – Categorização de Temáticas Estratégicas no perfil de Erika Hilton

Categorias	Ação política institucionalizada	Ação social politizadora
Subcategorias	efeméride	celebridade engajada
	agenda política	agenda pop
	acontecimento público	universo <i>fashion</i>

Fonte: Lima, 2024, p. 54.

A análise se completa com a interpretação dos achados e geração de inferências a fim de atender ao *objetivo específico (c)* que busca compreender *de que forma se dá a apresentação pública de Erika Hilton como mulher trans/travesti na política brasileira*.

Ação política institucionalizada

A análise permitiu observar um total de onze *posts* referentes à categoria ação política institucionalizada, que se refere à atuação da deputada nos ritos e espaços parlamentares. Dentre esses, foram identificadas as seguintes subcategorias: efeméride; agenda política; e acontecimento público. A última subcategoria se destacou como predominante na amostra, abarcando um total de sete *posts*. As temáticas abordadas envolvem acontecimentos públicos que emergiram no período analisado e cuja repercussão foi escolhida pelo perfil de Erika Hilton: o apagão ocorrido em São Paulo em novembro de 2023; a morte da jovem Ana Benevides em show da cantora Taylor Swift, em novembro de 2023, no Rio de Janeiro; a denúncia contra o deputado federal Gustavo Gayer (PL-GO) por injúria e racismo; e a guerra entre Israel e Palestina, conforme figura 1 a seguir.

Figura 1 – Acontecimento público



Fonte: Reprodução do perfil @hilton_erika, 2023.

Segundo Gomes (2008), faz parte da comunicação ser capaz de se apropriar de temas de cunho político e trazê-los ao campo da visibilidade e, também, promover debates acerca desses temas, de forma a possibilitar discussões em público por quem tem lugar de fala na sociedade, visibilidade a discussões que, de outro modo, seriam reservadas ao âmbito particular e o fornecimento de *inputs* a discussões com pouca visibilidade (Gomes, 2008, p. 160). A análise da categoria referente à política institucionalizada permite inferir que a comunicação política empreendida pela deputada federal Erika Hilton busca atuar nas duas frentes apontadas por Gomes (2008), visto que promove, entre outros exemplos, visibilidade a diferentes problemas e acontecimentos públicos, tornando possíveis discussões de temas que

são de interesse geral no espaço institucionalizado do parlamento brasileiro. A visibilidade do tema está atrelada à busca da própria visibilidade pessoal e política de Hilton e a discussão incitada vincula-se à disputa da influência da deputada nas decisões públicas sobre esses temas.

Referente à construção da imagem da deputada, percebe-se a presença de aspectos que visam apresentar uma parlamentar dedicada e atenta à sociedade à sua volta, quer seja na escolha de data significativa, ao pautar sua agenda política e ao escolher se manifestar sobre determinados acontecimentos públicos. O esforço comunicacional é o de projetar a imagem de uma deputada conectada à realidade que afeta seus eleitores, na tentativa estratégica de mostrar como sua atuação no espaço institucionalizado da política não se distancia do povo.

Ação social politizadora

A categoria ação social politizadora, referente às publicações de cunho social e cultural de Erika Hilton, abrange o total de quinze publicações, sendo, em números, ligeiramente superior à primeira categoria. Enquanto a primeira categoria trata da política formal, protocolar, esta segunda abrange contextos mais amplos e diversos da vida de Erika Hilton tornada pública por ela. É fundamental o esclarecimento que considera-se política não somente a presença de Hilton na Câmara de Deputados, mas também seu próprio corpo, existência e o ato de viver e performar publicamente, nos diversos espaços da vida, aquilo que se é. A observação dos conteúdos desta categoria permitiu dividi-la em três subcategorias: celebridade engajada; agenda pop; e universo *fashion*.

Os quinze *posts* categorizados aqui compreendem, de forma geral, a presença de Erika Hilton em eventos e festivais, em concertos de artistas internacionais, sua participação em *podcasts*, e, em especial, seu primeiro desfile nas passarelas do São Paulo Fashion Week, considerado o maior evento de moda do Brasil e o mais importante da América Latina. Sendo assim, é possível observarmos o quanto a deputada se faz presente em diferentes esferas, não limitando sua atuação ao campo político institucional.

Nesta categoria, ainda mais do que na anterior, a performance imagética de Érika nas imagens de si escolhidas para seu *feed* destaca-se. Pode-se inferir que alguém que não conheça a deputada e observe as publicações aqui categorizadas, sem considerar as legendas, não teria os indícios históricos e estereotipados para deduzir que se trata de uma parlamentar, mas de uma artista ou figura pública influente ligada à moda ou à cultura no geral (conforme exemplo da figura 2 a seguir).

Figura 2 – Universo *fashion*



Fonte: Reprodução do perfil @hilton_erika, 2023.

A análise da categoria ação social politizadora nos permite constatar a relevância desse acionamento da própria imagem de si para politizar questões sociais e projetar sua imagem pública política. A subcategoria celebridade engajada conta com exemplos que atestam o comprometimento da deputada com as pautas de grupos minoritários, em especial da população negra e LGBTQIAPN+. Nas publicações caracterizadas como agenda pop, percebe-se a aproximação de Hilton com o mundo pop, seja em momentos de tietagem a ídolos internacionais ou participações em eventos do mundo *drag* e *podcasts* focados no público jovem. Em universo *fashion*, vemos mais uma faceta da projeção de imagem da deputada, que procura não se limitar aos espaços institucionalizados da política. Dessa forma, Erika Hilton politiza a sua existência e projeta uma imagem não só de parlamentar, mas de travesti, preta, engajada, fã de ídolos pop e ícone fashion.

Segundo Ferreira (2021), a capacidade dos representantes de grupos minoritários de angariar aprovação perante seus semelhantes se dá graças a uma linguagem em comum e uma experiência de vida compatível. A partir da análise da categoria, inferimos que esses recursos estão presentes na comunicação de Erika Hilton, que se utiliza de uma linguagem atual, jovem, com humor, conseguindo se comunicar com a população mais jovem. A experiência de vida compatível está presente nos seus discursos em que se coloca como primeira pessoa perante temas relacionados à população negra e LGBTQIAPN+, em que compreende os desafios enfrentados por esses grupos, já que ela mesma, ainda que agora em uma posição de mais poder, sofre diariamente.

Apresentação pública como mulher trans/travesti

Após observação dos acionamentos estratégicos nas publicações do Instagram da deputada Erika Hilton, encaminhamo-nos para o item final da análise, o qual se propõe a responder diretamente ao *objetivo específico (c) compreender de que forma se dá a*

apresentação pública de Erika Hilton como mulher trans/travesti na política brasileira. São empregues como referência na discussão, sobretudo, os autores Schwartzberg (1977) e Panke (2016).

Schwartzberg, em sua obra *O Estado Espetáculo*, publicada originalmente na década de 1970, identifica o que seriam os quatro estereótipos do homem político: o herói, o homem comum, o líder charmoso e o pai da pátria. A mulher, contudo, nem sequer possuía, no cenário político daquele momento que é analisado pelo autor, seus próprios papéis, e sim era reduzida à reprodução dos papéis masculinos citados acima. Entretanto, dentre os estereótipos do homem político, havia somente um indisponível para as mulheres, o de líder charmosa. Segundo o autor, naquele momento político, a mulher jamais poderia firmar-se como uma líder charmosa, visto que a ela é negada qualquer afirmação de feminilidade, pois o contrário renderia acusações de frívola e de coquete (Schwartzberg, 1977).

Na análise realizada sobre as publicações da deputada no Instagram, é explícito o fator da performance de feminilidade charmosa presente na imagem de Erika Hilton, que não só se apresenta como uma mulher feminina e vaidosa, mas que eleva sua feminilidade a patamares de diva pop e ícone fashion. Sendo assim, é possível dizer que a deputada reivindica para si o equivalente do papel da líder charmosa, comprovando que as mulheres não precisam e não devem ficar à sombra dos papéis e expectativas masculinos na política ou em qualquer outro âmbito. Vale mencionar a importância da luta feminista anterior e posterior à década de 1970, que permite e encoraja a presença de milhares de mulheres no cenário político, assim como as lutas da comunidade LGBTQIAPN+, que influenciaram para que hoje houvesse uma mulher trans/travesti na política brasileira performando o que foi considerado impossível por Schwartzberg há menos de cinquenta anos.

A autora Panke (2016), diferentemente do primeiro autor, dedica-se exclusivamente aos papéis, ou estereótipos, da mulher política, com enfoque nas campanhas eleitorais. Em suas pesquisas, definiu os seis papéis identificados por ela: (1) a dona de casa; (2) a guerreira; (3) a mãe; (4) a atenciosa/sensível; (5) a submissa e (6) a trabalhadora. O estereótipo da dona de casa, pautado nos afazeres domésticos, não se encaixa na imagem de Erika Hilton, visto que a vida doméstica e seus afazeres não são abordadas nas suas redes.

O estereótipo da mãe, cuja principal característica é a maternidade, tampouco aplica-se à imagem da deputada, que não é mãe e também não busca se apresentar a partir de posturas tidas como maternas em seu conteúdo. Em relação ao estereótipo da atenciosa/sensível, Panke (2016) afirma que também possui o apelo maternal como atributo principal, visto que o zelo e o cuidado ao outro são considerados parte do comportamento materno. Sendo assim, no

material observado, não é um papel chave para a leitura da projeção atual da imagem pública de Erika Hilton.

O estereótipo da submissa é caracterizado pela subordinação da mulher ao poder masculino, sendo comumente associado também ao papel da dona de casa. A partir da observação do que constitui a imagem de Hilton, pode-se afirmar que esse estereótipo não é capaz de acomodar os esforços de criação de imagem da deputada, que busca representar o exato oposto. Diferentemente, é possível dizer que a imagem projetada por ela se opõe frontalmente a esse estereótipo, afirmando a autonomia da mulher e lutando contra o machismo.

O estereótipo da guerreira, caracterizado pela luta feminina e representado por mulheres ocupando cargos de liderança, pode ser associado à imagem de Hilton. A deputada busca construir uma imagem de mulher forte, independente, que ocupa cargo público político e usa sua voz e influência para denunciar violências como o machismo, a misoginia e a transfobia.

O estereótipo da trabalhadora expõe os desafios enfrentados pelas mulheres em relação ao trabalho, seja o preconceito por não focar seus esforços no lar e na família, ou na desigualdade em relação a salários e oportunidades. Apesar da deputada, assim como toda mulher, enfrentar desigualdades e prejulgamentos no contexto de trabalho devido ao seu gênero, a observação não permite identificar elementos suficientes para associar sua imagem a esse papel. Sua afirmação enquanto trabalhadora não reputa a um trabalho paralelo ou anterior ao da política, portanto, é feita no próprio espaço da política: ela projeta-se como uma trabalhadora da política, não se alinhando ao estereótipo indicado por Panke (2016) para as mulheres candidatas.

Considerando a imagem pública como “resultante da imagem conceitual emitida pelos sujeitos políticos em disputa de poder” (Weber, 2004, p. 262), inferimos que as estratégias de construção de imagem pública política da deputada Erika Hilton se firmam na utilização da moda, da arte pop e da beleza em coexistência à sua atuação institucional, bem como do senso crítico, social e ético e da luta pelas minorias para a projeção estratégica de uma imagem pública política que busca expressar sua forma de fazer e ser política no Brasil.

Erika Hilton, em sua participação no Acessíveis Cast⁵, relata que ao ingressar na política se indagou, “Qual é a política que eu quero desenhar pra mim? É uma política com

⁵ Erika Hilton - Acessíveis Cast. Entrevistada: Erika Hilton. Entrevistadoras: Titi Müller e Mari Moon. Acessíveis Cast. 30 nov. 2023. Podcast. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HaCz3XFvK&t=3733s>. Acesso em: 8 mar. 2024.

brilho, com close, com elegância, sofisticada, jovem, renovada, repensada”. Infere-se, a partir da análise, que o estilo de política empregado pela deputada é refletido na construção da sua imagem no Instagram, que chama a atenção, por seu caráter jovem (associado ao pop) e sofisticado (do universo *fashion*).

Em entrevista à revista Marie Claire, Hilton declara,

A política é cafona, cinza, mal vestida, não tem preocupação estética. Ela se organiza de forma arcaica, ultrapassada, no sentido de manter a juventude e manifestações artísticas e culturais longe dela. A política é cafona porque não se adequa às mudanças do tempo, às transformações da sociedade e tenta se manter ali cristalizada, engessada, dura, num formato que não é mais o de fazer política em 2023. (HILTON, 2023).

Essa fala revela a visão estratégica que orienta sua apresentação pública e que foi evidenciada em nossa análise, em especial o discernimento da deputada acerca da forma ordinária e estereotipada de se fazer política no país e no quanto ela busca se diferenciar disso, de forma intencional. Segundo ela mesma, utiliza-se da moda, da arte, da cultura e da beleza para fazer política - elementos que foram identificados em nossa análise. E essa característica faz com que se conecte à juventude, aos movimentos sociais e aos debates que acontecem na sociedade, promovendo a inserção de grupos marginalizados dentro do cenário político.

Considerações finais

A presença de Erika Hilton no cenário político brasileiro, em especial após a onda de conservadorismo que assolou o Brasil a partir de 2018, configura-se como histórica e revolucionária. É coerente inferir que os seus feitos, até hoje, estão associados à projeção estratégica da sua imagem pública política, que foi objeto de estudo deste trabalho.

Em relação ao *objetivo específico (a) identificar como se constitui e se estrutura o perfil de Erika Hilton no Instagram*, foi realizada uma observação das postagens do *feed* e *stories*, concluímos que os elementos mais proeminentes na análise foram o fator imagético da apresentação de si em acordo com a própria característica da plataforma observada, a seleção estratégica das temáticas entre os acontecimentos públicos do período que projetam sua plataforma política pessoal e as legendas reivindicatórias que a aproximam de seu público eleitor e seguidor na rede. Nas imagens, chama a atenção a presença de uma mulher glamourosa, moderna e jovem, com ares de diva pop. As legendas são caracterizadas por uma escrita forte e firme, mas com humor e um toque de ironia. A análise dos temas das postagens permitiu caracterizar duas frentes estratégicas de atuação política e de projeção de imagem da deputada: a política institucional e a vida social e cultural, observação que gerou as duas categorias de análise da pesquisa.

O objetivo específico (b) compreender, a partir das publicações, as estratégias utilizadas por Hilton na construção da sua imagem pública política foi contemplado na análise guiada pela exploração das categorias ação política institucionalizada e ação social politizadora. A estratégia relacionada à primeira categoria agrupa aspectos que caracterizam a deputada como uma parlamentar atenta ao que acontece à sua volta e, principalmente, ao que afeta seus eleitores, com o intuito estratégico de comprovar que sua atuação na política é próxima do seu eleitor.

A análise da categoria ação social politizadora nos permite observar a estratégia de Erika Hilton se fazer presente nas demais esferas da sociedade, não restringindo sua existência e seu papel ao contexto político institucional. Nessa frente, constatou-se o destaque às pautas de grupos minoritários, principalmente da população negra e LGBTQIAPN+ e a aproximação de Hilton com o mundo pop e com o universo fashion. Sendo assim, inferimos que a deputada utiliza estratégias de projeção de imagem que a caracterizam não só como política, mas como atuante socialmente como travesti, preta, militante, ícone de moda e beleza.

O objetivo específico (c) compreender de que forma se dá a apresentação pública de Erika Hilton como mulher trans/travesti na política brasileira foi abordado na discussão sobre os papéis e estereótipos da mulher política. Concluímos que dentre os papéis trabalhados por Schwartzberg (1977), Hilton reivindica para si o equivalente do papel da líder charmosa, confrontando a performance historicamente exclusiva ao homem político neste papel, instituindo outras possibilidades para a apresentação pública da mulher na política. Já nos seis papéis levantados por Panke (2016), pode-se inferir que a imagem de Erika Hilton se associa ao estereótipo da guerreira, visto que a deputada constrói uma imagem de mulher independente e forte, em cargo de liderança. Mas também não se acomoda totalmente à categorização de Panke (2016) em que os papéis reportam a atividades das mulheres fora do campo da política que, em tese, poderiam transferir percepções positivas para si na conquista por preferência eleitoral. Diferentemente, Érika Hilton se apresenta como trabalhadora da própria política, sua projeção de características diferenciais não vai à sua vida privada, mas se constitui de elementos de feminilidade e competência forjados na própria vida pública.

Em resumo, Erika Hilton não se apresenta estrategicamente como outra que não seja a mulher trans/travesti *pública*. Nesse sentido, revela-se como caso simbólico da histórica exclusão da mulher no espaço público e dos embates para sua transformação. Ainda, chama atenção para a necessidade de outros estudos dedicados à especificidade da atuação da mulher

trans e travesti na política, o que certamente intensifica as interseccionalidades. Neste estudo, percebemos alguns dos elementos presentes na construção - ainda em processo - do que é e será uma mulher trans/travesti em ação na política brasileira. Certamente, a observação dessa construção histórica exige outros estudos dedicados tanto à Erika Hilton como a outras políticas que têm inaugurado a performance desse papel no Brasil.

A partir da análise que considerou como objetivo geral *compreender a demarcação estratégica do posicionamento público da deputada federal Erika Hilton no espaço político e midiático brasileiro, analisando as publicações da sua conta do Instagram*, podemos concluir que Hilton emprega elementos que são e que não são comumente considerados políticos, gerando um tensionamento que possibilita constatar a projeção estratégica da imagem política e politizadora da deputada. Inferimos que sua demarcação estratégica integra o uso da beleza, da moda e da arte pop, assim como da responsabilidade social e ética e da luta por minorias identitárias para a produção da sua imagem pública política.

Vale ressaltar, também, que a imagem é, por definição, da audiência e não do emissor. Isto é, os sujeitos políticos trabalham na produção, ajuste e administração das ofertas de sentidos da sua imagem pública desejada, a partir de diferentes estratégias, mas não possuem o poder de definir o que será apreendido pelo receptor. Sendo assim, seriam de muita relevância estudos que focassem no receptor, a fim de entender de que forma é apreendida a imagem pública de Erika Hilton e se está de acordo com o que a deputada busca transmitir.

Por fim, finalizamos o trabalho com a esperança de novas produções acadêmicas dedicadas não somente à Erika Hilton, mas aos diversos novos sujeitos políticos que têm surgido nos últimos anos. Sujeitos que desafiam o cenário político brasileiro com suas diferentes formas de ser e resistir e mostram que estão dispostos a lutar para conquistar seus espaços de liderança e de tomada de decisões públicas. O estudo das estratégias do posicionamento público político de figuras como Erika Hilton pode gerar novas percepções sobre o campo político no Brasil e sua associação com a área de Relações Públicas.

Referências

BRAGA, José Luiz. **Comunicação, disciplina judiciária**. São Paulo: Revista Matrizes, n.2, abril 2008.

FERREIRA, Nelson Toledo. A diversidade confirma seu voto: candidaturas transexuais, folkcomunicação e representação política. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, vol. 19, núm. 42, 2021, -Junio, p. 12-27.

- GOMES, W. 1999. A política de imagem. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**. 1(1):145-175.
- GOMES, Wilson. Da discussão à visibilidade. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia: Problemas & perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.
- LIMA, Eduarda Silva de. **Travesti Preta Deputada Eleita: estratégias de construção da imagem pública política de Erika Hilton**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Públicas) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS. Porto Alegre, p. 113. 2024.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge (Org.); BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. Grupo GEN, 2006.
- PANKE, Luciana. **Campanhas eleitorais para mulheres: desafios e tendências**. Curitiba: Editora UFPR, 2016.
- PEREIRA, C. F. Barreiras à ambição e à representação política de LGBT no Brasil. **Revista Ártemis**, [S. l.], v. 24, n. 1, p. 120–131, 2018. DOI: 10.22478/ufpb.1807-8214.2017v24n1.35710. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/artemis/article/view/35710>. Acesso em: 14 dez.2023.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado do Espetáculo**. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. 13 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.
- VOTE LGBT. **VoteLGBT**, © 2023. Disponível em: <https://www.votelgbt.org/>. Acesso em: 4 nov. 2023.
- WEBER, Maria Helena. Imagem Pública. In: RUBIM, Antônio (org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. P. 259-307.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.