

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

NAJLA MÁRCIA NAZARETH DOS PASSOS

MÍDIA, GÊNERO E CONSERVADORISMO NA ESTRADA REAL (MG): como as
mulheres eleitas em 2020 constroem suas representações nas plataformas digitais

JUIZ DE FORA - MG

2025

NAJLA MÁRCIA NAZARETH DOS PASSOS

MÍDIA, GÊNERO E CONSERVADORISMO NA ESTRADA REAL (MG): como as mulheres eleitas em 2020 constroem suas representações nas plataformas digitais

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

JUIZ DE FORA

2025

(Espaço para a Ficha Catalográfica)

NAJLA MÁRCIA NAZARETH DOS PASSOS

MÍDIA, GÊNERO E CONSERVADORISMO NA ESTRADA REAL (MG): como as mulheres eleitas em 2020 constroem suas representações nas plataformas digitais

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Aprovado em: 25 de abril de 2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal – PPGCOM-UFJF - orientador

Prof. Dra. Débora Cristina Lopez – PPGCOM-UFOP - convidada

Prof. Dra. Luciana Panke – PPGCOM-UFPR - convidada

Prof. Dr. Luiz Ademir de Oliveira PPGCOM-UFJF - convidado

Prof. Dra. Telma Sueli Pinto Johnson – PPGCOM-UFJF - convidada

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Passos, Najla Márcia Nazareth dos.

MÍDIA, GÊNERO E CONSERVADORISMO NA ESTRADA REAL (MG) : como as mulheres eleitas em 2020 constroem suas representações nas plataformas digitais / Najla Márcia Nazareth dos Passos. -- 2025.
2016 f. : il.

Orientador: Paulo Roberto Figueira Leal

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2025.

1. comunicação política. 2. campanha permanente. 3. midiatização. 4. gênero. 5. feminismos. I. Leal, Paulo Roberto Figueira , orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Às que vieram antes.

Às minhas avós, Geni e Isaura, que me ensinaram o valor do conhecimento.

À minha mãe, Leninha, que me incutiu a paixão pela leitura e a urgência da luta pela igualdade de gênero.

Às que seguem ao meu lado.

Às amigas Alicia Antonioli, Ana Flávia Flores, Claudia Santiago, Gisele Garcia, Kátia Marko, Keka Werneck, Laudénice Oliveira, Leonor Costa, Márcia Andreola e Renata Maffezoli, que me inspiram, travam suas batalhas e constroem um novo mundo ao meu lado.

Às minhas irmãs, Maura, Marina, Manu e Andressa, pelo apoio incondicional.

Às companheiras do Fórum de Mulheres das Vertentes, pela prática feminista.

Às que vieram depois.

À minha nora Júlia, pela sororidade, e às minhas sobrinhas Luma e Sofia, que saberão ir muito mais longe do que sequer ousamos sonhar.

Ao meu filho Juan, pelo carinho e apoio decisivo. Ao meu pai Alexandre, pela aprendizagem de uma vida e pela cumplicidade que me fortalece; e aos meus irmãos, Xandinho e Thiago, pela torcida sempre.

Aos amigos André Frigo e Chico Brinati, pelo incentivo.

À Márcia Costa, pelos olhos iluminados das primeiras leituras. Ao Fábio Carvalho, pela genialidade das últimas.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal, pela sabedoria e generosidade sem tamanho. Aos demais docentes do PPGCOM-UFJF, pela aprendizagem e pelo carinho.

Às Profas. Dras. Débora Cristina Lopez, Luciana Panke, Telma Johnson e Vanessa Maia, e aos Profs. Drs. Luiz Ademir Oliveira e João Barreto, que aceitaram contribuir da forma mais fundamental possível com a minha pesquisa, ao integrarem a minha banca.

À toda a turma do Teatro da Pedra, em especial Luana, Vinícius, Dudu e Winnie, com quem dividi esta jornada, durante as horas de labuta.

O presente trabalho foi desenvolvido com apoio do Programa de Concessão de Bolsa de Pós-graduação (PCPG) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), por meio da concessão de bolsa de estudo de Doutorado, durante o ano de 2021, e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), através da concessão de bolsa de estudo de Doutorado, de 2022 a 2025, e apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001”, em razão da Portaria nº 206 da CAPES, publicada em 04 de Setembro de 2018, e das regras indicadas nos Termos de Compromisso para concessão de Bolsas.

Sou eternamente náufraga, mas os fundos oceanos não me amedrontam e nem me imobilizam. Uma paixão profunda é a bóia que me emerge. Sei que o mistério subsiste além das águas.

Conceição Evaristo

Viver conscientemente significa pensar criticamente sobre nós mesmas e o mundo em que vivemos. Ouse perguntar!

bell hooks

Eu quase que nada não sei. Mas desconfio de muita coisa.

Guimarães Rosa

RESUMO

Maior circuito turístico brasileiro, a Estrada Real teve apenas 4% das suas prefeituras ocupadas por mulheres nas eleições de 2020. Neste contexto, esta pesquisa busca compreender como prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras eleitas construíram suas representações nas plataformas digitais, na campanha eleitoral e nos três primeiros anos dos seus mandatos (2021, 2022 e 2023), de forma a conquistar os eleitores de um território conservador na política. A hipótese foi a de que elas tenham reforçado o papel social convencionalmente aceito para ser desempenhado pela mulher mineira: branca, casada, religiosa e mãe. Para responder ao problema de pesquisa, foram analisadas 1.961 postagens feitas na plataforma digital Facebook por 18 mulheres eleitas em 6 municípios, definidos a partir da criação do Índice de Representatividade Feminina (IRF). A metodologia adotada foi a análise de conteúdo (Bardin, 2016; Sampaio, 2021). A hipótese foi confirmada apenas parcialmente: as eleitas não são tão conservadoras nos costumes quanto o suposto, mas perpetuam espaços de privilégios históricos. Os discursos são moderados: silenciam pautas mais radicais dos feminismos, privilegiando as já incorporadas ou em vias de incorporação pelo discurso neoliberal. No que tange à comunicação eleitoral, surpreende o fato de que elas ainda sejam majoritariamente analógicas. Porém, a despeito do conservadorismo crescente, no que tange à participação da mulher na política, os sentidos dos feminismos seguem em disputa.

Palavras-chaves: comunicação política; campanha permanente; midiaticização; gênero; feminismos

ABSTRACT

The largest Brazilian tourist circuit, Estrada Real, had only 4% of its mayoral positions occupied by women in the 2020 elections. In this context, this research aims at understanding how elected female mayors, deputy mayors and councilors made their own representations on digital media, during the electoral campaign and in the first three years of their terms (2021, 2022 and 2023), in order to win over voters in a politically conservative area. The hypothesis was that they reinforced the social role conventionally accepted to be played by women from Minas Gerais: white, married, religious and mothers. To answer the research problem, it had been analyzed 1,961 posts on Facebook by 18 women elected in 6 municipalities, defined based on the creation of the Female Representation Index (in portuguese, IRF). Content analysis (Bardin, 2016; Sampaio, 2021) had been adopted as methodology. The hypothesis was only partially confirmed: the elected women are not as conservative in their customs as supposed, but they perpetuate spaces of historical privilege. The discourses are moderate: they don't show most radical feminist agendas, choosing instead those already incorporated or in the process of being incorporated by neoliberal discourse. Regarding electoral communication, it is surprising they are still mostly analogical. However, despite the growing conservatism, the meanings of feminisms remain in dispute when it comes to women's participation in politics.

Keywords: political communication; permanent campaign; mediatization; gender; feminisms

RESUMEN

El mayor circuito turístico brasileño, la Estrada Real tuvo solo el 4% de sus cargos de alcaldes ocupados por mujeres en las elecciones de 2020. En este contexto, esta investigación busca comprender cómo las alcaldesas, vicealcaldesas y concejalas electas construyeron sus representaciones en plataformas digitales, en la campaña electoral y en los primeros tres años de sus mandatos (2021, 2022 y 2023), para ganar votos en un territorio político conservador. La hipótesis fue que reforzaron el rol social convencionalmente aceptado para las mujeres de Minas Gerais: blancas, casadas, religiosas y madres. Para responder al problema de investigación, se analizaron 1961 publicaciones realizadas en la plataforma digital Facebook por 18 mujeres electas en 6 municipios, definidos con base en la creación del Índice de Representación Femenina (IRF). La metodología adoptada fue el análisis de contenido (Bardin, 2016; Sampaio, 2021). La hipótesis solo se confirmó parcialmente: las mujeres electas no son tan conservadoras en sus costumbres como se suponía, pero perpetúan espacios de privilegio histórico. Los discursos son moderados: silencian las agendas feministas más radicales, privilegiando aquellas ya incorporadas o en proceso de incorporación por el discurso neoliberal. En cuanto a la comunicación electoral, sorprende que aún sea mayoritariamente analógica. Sin embargo, a pesar del creciente conservadurismo, en lo que respecta a la participación de las mujeres en la política, el significado de los feminismos sigue siendo objeto de controversia.

Palabras clave: comunicación política; campaña permanente; mediatización; género; feminismos

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentual de prefeitas eleitas no Brasil, em Minas Gerais e no eixo principal da Estrada Real em MG.....	26
Gráfico 2 - Municípios do Corpus por faixa populacional.....	39
Gráfico 3 - Municípios do Corpus por faixa populacional atualizado	43
Gráfico 4 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Cleidileny Chaves.....	109
Gráfico 5 - Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Daiane do Zé Eloi.....	110
Gráfico 6 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Inez Santos.....	117
Gráfico 7 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Edilene.....	120
Gráfico 8 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Rayane.....	124
Gráfico 9 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Ivete Otoni.....	128
Gráfico 10 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Beatriz Madureira.....	131
Gráfico 11 - Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Regina Braga.....	136
Gráfico 12 - Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Lílian França.....	139
Gráfico 13 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Margarida Salomão.....	145
Gráfico 14 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Cida Oliveira.....	149

Gráfico 15 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Laiz Perrot.....	152
Gráfico 16 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Tallia Sobral.....	156
Gráfico 17 – Número de postagens no <i>Facebook</i> de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Kátia Franco.....	160
Gráfico 18 - Perfil Médio por idade.....	166
Gráfico 19 - Perfil Médio por estado civil.....	167
Gráfico 20 - Perfil Médio por cor/raça.....	169
Gráfico 21 - Perfil Médio por escolaridade.....	170
Gráfico 22 - Perfil Médio por profissão.....	171
Gráfico 23 - Perfil Médio por legenda.....	172
Gráfico 24 - Perfil Médio por presença digital.....	173
Gráfico 25 - Perfil Médio por crença/religião.....	178
Gráfico 26 - Publicação na campanha eleitoral e nos três primeiros anos de mandato.....	181
Gráfico 27 - Categorias mais citadas no período de análise.....	187
Gráfico 28 - Categorias citadas por número de eleitas.....	187
Gráfico 29 - Perfil por arquétipos de mulheres na política.....	194

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Índice de representatividade feminina de cada município do eixo principal da Estrada Real.....	37
Quadro 2 - Corpus de pesquisa por município.....	40
Quadro 3 - Índice de representatividade feminina de cada município do eixo principal da Estrada Real atualizado.....	41
Quadro 4 - Corpus de pesquisa por município atualizado.....	44
Quadro 5 – Palavras-chave utilizadas na produção do estado da arte da pesquisa.....	49
Quadro 6 – Autores mais citadas em pesquisas e obras sobre feminismo, identidades e representações femininas.....	50
Quadro 7 – Autores referências por tema.....	52
Quadro 8 - Categorias dos feminismos para análise.....	90
Quadro 9 – Características dos códigos audiovisuais e arquétipos das candidatas.....	105
Quadro 10 - Publicações na campanha eleitoral e nos três primeiros anos de mandato.....	182
Quadro 11 - Categorias dos feminismos verificadas nas construções dos perfis das mulheres pesquisadas.....	191

LISTA DE FIGURAS

Imagem 1 – Mapa da Estrada Real com os caminhos abertos durante a corrida do ouro.....	28
Imagem 2 - Santinho da candidata Cleidileny Chaves.....	108
Imagem 3 - Santinho da candidata Daiane do Zé Eloi.....	102
Imagem 4 - Santinho de Inez Santos.....	118
Imagem 5 - Santinho de Edilene.....	120
Imagem 6 - Santinho de Rayane.....	125
Imagem 7 - Santinho de Ivete Otoni.....	129
Imagem 8 - Santinho Beatriz Madureira.....	132
Imagem 9 - Santinho de Regina Braga.....	138
Imagem 10 - Santinho de Lílian França.....	141
Imagem 11 - Santinho da candidata Margarida Salomão.....	147
Imagem 12 - Santinho da candidata Cida Oliveira.....	151
Imagem 13 - Santinho da candidata Laiz Perrut.....	154
Imagem 14 - Santinho da candidata Tallia Sobral.....	157
Imagem 15 - Santinho da candidata Kátia Protetora.....	162

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
ACNUDH	Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos
Amapi	Associação dos Municípios da Microrregião do Médio Rio Piracicaba
AMME	Associação dos Municípios da Microrregião do Médio Espinhaço
APA	Área de Proteção Ambiental
APAC	Associação de Proteção e Assistência aos Condenados
CAC	Centro de Atendimento ao Cidadão
CadÚnico	Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal
CD	Caminho dos Diamantes
CN	Caminho Novo
CS	Caminho do Sabarabuçu
CV	Caminho Velho
DEM	Partido Democratas
FBPF	Federação Brasileira pelo Progresso Feminino
FIEMG	Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
FGTS	Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
HGPE	Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IER	Instituto Estrada Real
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IRF	Índice de Representatividade Feminina
LBT+	Lésbicas, bissexuais, transsexuais

LGBTQIAPN+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais ou Travestis, Queer, Intersexo, Assexual, Panssexuais, Não Binárias e demais orientações sexuais e identidades de gênero
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
MPF	Ministério Público Federal
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
PDT	Partido Democrático Trabalhista
POP	Publish or Perish
PPGCOM-UFJF de Juiz de Fora	Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora
PcdoB	Partido Comunista do Brasil
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PL	Partido Liberal
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PP	Partido Progressista
PRN	Partido da Reconstrução Nacional
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSC	Partido social Cristão
PSDB	Partido Social Democrático Brasileiro
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partidos dos Trabalhadores
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro

PV	Partidos Verde
REDE	Rede Sustentabilidade
SUS	Sistema Único de Saúde
STF	Supremo Tribunal Federal
TAR	Teoria Ator-Rede
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNICEF	Organização das Nações Unidas para a Infância

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
2 PELAS TRILHAS DA BAIXA REPRESENTATIVIDADE POLÍTICA NAS CIDADES HISTÓRICAS DE MINAS GERAIS	23
2.1 DISTORÇÕES NA REPRESENTATIVIDADE POLÍTICA FEMININA NO BRASIL, EM MINAS GERAIS E NA ESTRADA REAL	24
2.2 POR QUE A ESTRADA REAL?	26
2.3 RESGATE HISTÓRICO: ORIGENS DO TRADICIONALISMO E DO CONSERVADORISMO NA ESTRADA REAL	30
2.4 O ÍNDICE DE REPRESENTATIVIDADE FEMININA (IRF)	35
2.5 A OPÇÃO PELA PLATAFORMA DE REDE SOCIAL DIGITAL <i>FACEBOOK</i> E A DELIMITAÇÃO DO OBJETO NO TEMPO	44
3 UMA REALIDADE SOCIAL CONSTRUÍDA A MUITAS MÃOS E A PARTIR DE DIFERENTES TIPOS DE SABERES	46
3.1 O ESTADO DA ARTE DAS PESQUISAS SOBRE MÍDIA, GÊNERO E POLÍTICA	47
3.2 MUDIATIZAÇÃO E CAMPANHA PERMANENTE	50
3.3 DO CONCEITO DE CAMPO POLÍTICO AO DE CAMPO DIGITAL	58
3.4 INTERNET, ESFERA PÚBLICA E ESFERA PÚBLICA CONECTADA	61
3.5 CIBERCULTURA E CULTURA DA CONVERGÊNCIA	65
3.6 A MÍDIA DIGITAL COMO AGENTE ORGANIZADOR	67
3.7 A RELAÇÃO DIALÉTICA ENTRE A EXPLOÇÃO DO FEMINISMO COMO MOVIMENTO DE MASSA E O CRESCIMENTO DO NEOCONSERVADORISMO	70
3.8 FEMINISMO E SUB-REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NA POLÍTICA	73
3.9 FEMINISMOS E POLÍTICAS IDENTITÁRIAS	77
4 FEMINISMO OU FEMINISMOS: AS CATEGORIAS PARA AFERI-LOS NAS NARRATIVAS MUDIÁTICAS DA CONTEMPORANEIDADE	82
4.1 A ANÁLISE DE CONTEÚDO E O PROCESSO DE CATEGORIZAÇÃO	82
4.2 FEMINISMOS NO PLURAL: A CODIFICAÇÃO DO DEBATE CONTEMPORÂNEO	86
4.3 AS CATEGORIAS DEFINIDAS PARA A PESQUISA EM QUESTÃO	88
4.3.1 Saúde	90
4.3.2 Política	91
4.3.3 Economia	92
4.3.4 Violência	94
4.3.5 Outras	97

4.4 OS ARQUÉTIPOS DAS MULHERES CANDIDATAS	101
5 MULHERES EM AÇÃO: ANÁLISE DOS PERFIS NO FACEBOOK DE VEREADORAS, VICE-PREFEITAS E PREFEITAS	104
5.1 ITAMBÉ DO MATO DENTRO: MULHERES NO COMANDO, FEMINISMOS SILENCIADOS	105
5.1.1 Cleidileny Chaves: a 1ª prefeita de Itambé do Mato Dentro	106
5.1.2 Daiane do Zé Eloi: “liberal na economia e conservadora nos costumes”	109
5.1.3 Arlete do Cabo: mulher simples e sem presença digital	112
5.2. BOM JESUS DO AMPARO: REPRESENTATIVIDADE FEMININA, MAS NÃO FEMINISTA	113
5.2.1 Inez Luzia Santos: a exceção que confirma a regra	114
5.2.2 Edilene Rosa Coelho Ferreira: um espírito empreendedor em defesa da meritocracia	117
5.2.3 Ditinha: política tradicional sem presença digital	119
5.3 RIO ACIMA: VICE-PREFEITA E VEREADORA DO MESMO PARTIDO	120
5.3.1 Rayane Bárbara da Silva: feminista declarada em função legislativa	121
5.3.2 Maria do Socorro Barbosa Teixeira: fora das redes	123
5.4 CONCEIÇÃO DO MATO DENTRO: MULHER VOTA EM MULHER?	124
5.4.1 Ivete Otoni: a vice-prefeita da continuidade	125
5.4.2 Beatriz Madureira: uma feminista não declarada	127
5.4.3 Dayse Picão: sem lastro no mundo digital	130
5.5 OURO PRETO: UMA VOZ LGBTQIA+	131
5.5.1 Regina Braga: a vice-prefeita lésbica no berço do conservadorismo mineiro	132
5.5.2 Lílían França: mãe, esposa e feliz	136
5.6 JUIZ DE FORA: VENTOS PROGRESSISTAS E RECORDE DE MULHERES ELEITAS	139
5.6.1 Margarida Salomão: uma prefeita com amplo capital político e cultural	141
5.6.2 Cida Oliveira: a voz da mulher trabalhadora	146
5.6.3 Laiz Perrut: uma jovem feminista declarada	150
5.6.4 Tallia Sobral: feminista, bissexual e pró-aborto	152
5.6.5 Kátia Franco Protetora: a voz da causa animal	156
6 TENDÊNCIAS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE PREFEITAS, VICE-PREFEITAS E VEREADORAS NAS REDES SOCIAIS	162
6.1 “SOLTEIRAS, ESCOLARIZADAS E DO MERCADO DE TRABALHO”	162
6.2 MULHERES SEM PRESENÇA DIGITAL: ELAS AINDA PERSISTEM	170

6.3 EM NOME DO PAI?	175
6.4 GÊNERO E CAMPANHA PERMANENTE	178
6.5 OS REGISTROS DOS FEMINISMOS NO DISCURSO POLÍTICO ELEITORAL FEMININO	183
6.6 ARQUÉTIPOS PREDOMINANTES	189
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	193

1 INTRODUÇÃO

Viajar pelos circuitos turísticos da Estrada Real, quase sempre, significa acessar paisagens bucólicas, ouvir o apito da Maria Fumaça, flunar por museus de arquitetura barroca à céu aberto, sorver o frescor dos rios e cachoeiras, provar o sabor irresistível do tropeiro com torresmo, se encantar com pessoas quase sempre simpáticas, sorridentes e acolhedoras.

A viagem que nos propomos a empreender nesta tese corre pelos mesmos caminhos, mas exige um olhar diferente. O que ele mira são mulheres que tentam romper as barreiras dos papéis sociais que lhes são impostos historicamente. Mulheres que somam um percentual ínfimo dentre os políticos locais com cargos eletivos, mas mesmo assim resistem e, devido a estratégias comunicativas que queremos compreender, conseguem acessar o eleitorado.

Elas são as netas, as bisnetas e as tataranetas das mulheres que vêm sendo invisibilizadas pelo Estado e pela Igreja desde o início da corrida do ouro que resultou na formação de Minas Gerais. E, assim, foram sendo confinadas cada vez mais ao espaço privado do lar, enquanto os homens acessavam o espaço público da política.

Por obra e graça da ciência, sabe-se hoje que o território mineiro ocupado pelos portugueses a partir do século XVII já era habitado há pelo menos 11 mil anos. E quem nos conta esta história é justamente uma mulher, Luzia, cujo crânio foi encontrado na região de Lagoa Santa, em 1974, sendo o fóssil humano mais antigo já localizado na América do Sul.

Tal como Luzia, no período da colonização também havia em Minas Gerais mulheres resistentes, que desafiavam o patriarcado colonialista para nos contar uma outra história sobre a constituição do Estado. O destaque ficava com as mulheres negras que, mesmo em meio à brutalidade do período da escravidão, conseguiram constituir o segundo grupo mais rico de Minas Gerais, atrás apenas dos homens brancos.

Não é por acaso que a contraofensiva ao poder angariado por elas foi tão devastadora e deu origem ao que hoje se convencionou chamar de a “tradicional família mineira”: aquela formada pela mulher branca e católica que, interditada sexualmente e confinada ao espaço do lar, era reconhecida como esposa legítima. No outro extremo estavam as mulheres pretas, pardas e indígenas que desempenhavam o papel de arrimo das famílias fracionadas - aquelas mantidas pelos homens brancos em espaços diferenciados dos seus lares e não reconhecidas nem pelo Estado e nem pela Igreja.

Esta nossa viagem pela Estrada Real perpassa os 50 municípios do seu Eixo Principal. Aqueles mais antigos, em que as feridas da colonização ainda se fazem mais

presentes. Deles, seis integram de fato o corpus desta pesquisa: Itambé do Mato Dentro, Bom Jesus do Amparo, Rio Acima, Conceição do Mato Dentro, Ouro Preto e Juiz de Fora. Eles foram definidos para tal a partir da criação do Índice de Representatividade Feminina (IRF), que apontou as cidades mineiras com o maior percentual de mulheres em cargos públicos eletivos por número de habitantes, nas diferentes faixas populacionais.

No total, 18 mulheres ocupam os poderes executivo e legislativo desses municípios: 2 prefeitas, 3 vice-prefeitas e 13 vereadoras. As postagens feitas por elas na plataforma digital *Facebook*, no período de quatro anos, são a matéria-prima desta pesquisa. Somam-se a elas os dados declarados pelas eleitas ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e outras informações colhidas em jornais e sites locais. É a partir dessas informações que analisamos como são construídos os seus perfis, com o propósito de entendermos quais narrativas as permitiram romper a barreira do acesso a um espaço historicamente destinado apenas aos homens.

De forma mais objetiva, como requer o rigor científico, esta pesquisa tem como propósito verificar como as prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras dos municípios que compõem o circuito da Estrada Real, eleitas no pleito de 2020, constroem suas representações nas plataformas digitais, de forma a se conectarem com os eleitores e com seus anseios, a ponto de se elegerem para os cargos em disputa, mesmo em ambiente tão hostil à participação feminina na política. Elas têm uma presença digital significativa? Quais são as características com as quais elas se apresentam aos eleitores? Como elas se definem em relação à raça, gênero, classe, ocupação, religiosidade? Como elas utilizam estratégias de ação conectiva para terem visibilidade no mundo virtual?

É um objetivo secundário verificar se as representações construídas durante as campanhas eleitorais permanecem as mesmas nos exercícios dos mandatos, dentro da lógica da campanha permanente, exacerbada pela profunda midiaticização dos processos sociais. E, também, compreender como a relação dialética entre a ascensão do conservadorismo e a explosão dos feminismos como movimento de massa afeta essas representações construídas, a partir dos discursos e representações que mobilizam. Por fim, outro objetivo é questionar quais os arquétipos de mulheres candidatas suas imagens reforçam.

A hipótese principal é a de que, com o intuito de não causarem polêmicas desnecessárias, elas tenham se apresentado de acordo com o papel social convencionalmente aceito para ser desempenhado pela mulher mineira tradicional: vinculadas a uma família nuclear, de religiosidade cristã, com um discurso político moderado e evitando defender as pautas mais radicais e polêmicas dos feminismos, sejam históricas ou contemporâneas, como a luta pela legalização do aborto e pela oferta da cirurgia transsexualizadora pela rede pública

de saúde, ao mesmo tempo em que tentam validar a imagem de porta-vozes de pautas mais neutras, como a representatividade e a proteção animal, ou daquelas mais alinhadas com o ideário neoliberal, como a defesa do empreendedorismo feminino. Esta hipótese considera o fato de que há distorções consideráveis dentre os posicionamentos das eleitas nos pequenos e grandes municípios, assim como dentre as que ocupam cargos executivos e legislativos e as que estão filiadas a partidos mais à direita ou mais à esquerda.

É uma hipótese secundária que os investimentos em comunicação política declinem fora do período da campanha, pelo fato de que essas mulheres não tenham acesso facilitado às novas tecnologias eleitorais, dado que os partidos não repassam às campanhas femininas os recursos necessários para a contratação de profissionais de comunicação e também não oferecem treinamentos a elas. Outra hipótese levantada é que a ascensão do neoconservadorismo afeta negativamente o envolvimento das candidatas com as pautas dos femininos, inviabilizando, inclusive, o debate legítimo em torno de políticas públicas que favoreçam as mulheres. Em relação aos arquétipos das candidatas, a hipótese é que a maioria das eleitas busque ser reconhecida pelos eleitores como figuras maternas, já que esse é o arquétipo das mulheres candidatas que mais se aproxima do papel social entendido como o ideal pelos eleitores latino-americanos.

Para responder ao problema de pesquisa, foram analisadas 1.961 postagens feitas pelas 18 mulheres que integram nosso corpus na plataforma digital *Facebook*, durante a campanha eleitoral de 2020 e nos 3 primeiros anos do cumprimento dos mandatos (2021, 2022 e 2023). O processo de definição do objeto está devidamente descrito no Capítulo 1, que também conceitua o que é a Estrada Real e porque ela foi escolhida como território chave para o empreendimento desta pesquisa. O capítulo revisita, ainda, a história social da formação de Minas Gerais, considerando a disputa da hegemonia na configuração do território, a partir de padrões de raça, gênero, classe e religiosidade que ainda hoje impactam em um conservadorismo latente.

A fundamentação teórica que dá suporte à pesquisa perpassa às obras de autores das ciências sociais, da comunicação política, da cibercultura e da teoria feminista. Dentre eles, destacam-se Hjarvard (2014) e Braga (2012), que enfrentam o desafio de compreender o papel da mídiatização na contemporaneidade, ao mesmo tempo em que Lilleker (2006) toma a dianteira na construção de conhecimento acerca da estratégia de campanha permanente. Bourdieu (2021), com seu seminal conceito de campo político, dá sustentação à Park (2017), com seu posterior conceito de campo digital, para definir o espaço da política no mundo virtual mídiatizado. Fraser (2016) dialoga com Habermas (2014) acerca da constituição da

esfera pública tradicional, enquanto Benkler (2006), atualizando a discussão, propõe o conceito de esfera pública conectada. Os conceitos de cibercultura (Rüdiger, 2013) e de cultura da convergência (Jenkins, 2015) ajudam a refinar o panorama geral do uso da rede mundial de computadores na contemporaneidade. Nesse sentido, Bennett e Segerberg (2012) apresentam os elementos que possibilitam a construção de estratégias de ações conectivas nas plataformas digitais.

Em outra frente, o resgate de Castells (1999) e suas primeiras observações sobre a internet que acabara de surgir qualificam o debate sobre as proposições de Fraser (2019) acerca do impasse entre feminismo e neoconservadorismo. A partir daí, a fundamentação teórica acessa autores diversos que ajudam a compor o Estado da Arte acerca das discussões sobre como a sub-representação da mulher na política impacta a construção de políticas identitárias baseadas nas proposições feministas. Toda esta discussão, empreendida no Capítulo 2, é precedida pela narrativa de como foi construído e checado o Estado da Arte acerca dos temas propostos.

O Capítulo 3 estabelece a metodologia adotada pela pesquisa, a partir de uma explicação de como a análise de conteúdo (AC) proposta por Bardin (2016) e atualizada para o atual contexto brasileiro contemporâneo por Sampaio e Lycarião (2021) conduz o processo de categorização dos feminismos brasileiros, compondo uma espécie de dicionário sobre as principais propostas e teorias, históricas ou contemporâneas, e deságua na explicitação dos tipos de arquétipos de mulheres candidatas, propostos por Panke (2016).

Em seguida, encontra-se a análise de como se dá a construção da imagem de cada uma das 18 mulheres que compõem o corpus de pesquisa, a partir dos dados por elas declarados ao TSE e das postagens feitas no *Facebook*, de 2020 a 2023. Com base no material recolhido, a análise busca demonstrar como elas se apresentam aos eleitores, que pautas defendem... enfim, como se definem nas plataformas digitais. Um breve perfil dos municípios pesquisados ajuda a compor o Capítulo 4.

Na sequência, o Capítulo 5 faz a análise geral dos dados recolhidos, traçando o perfil médio das mulheres eleitas na Estrada Real, a partir do destaque de suas identidades e diferenças. Neste capítulo também são apontadas as surpresas que marcaram as análises, desconstruindo hipóteses preliminares. De uma maneira geral, pode-se dizer que as eleitas nos municípios históricos da Estrada Real são menos conectadas e têm menos expertise em comunicação política do que o desejável, mas, ao mesmo tempo, são mais autônomas em relação ao papel social que lhes foi destinado pela família patriarcal e pela tradição religiosa, além de menos reféns de sexualidades normativas do que nos parecia razoável supor.

Então, como cantou o Clube da Esquina: “vamos lá, viajar... e no ar livre, corpo livre, aprender ou mais tentar!”.

Boa leitura!

2 PELAS TRILHAS DA BAIXA REPRESENTATIVIDADE POLÍTICA NAS CIDADES HISTÓRICAS DE MINAS GERAIS

A representatividade política feminina em Minas Gerais é particularmente baixa, especialmente na trilha histórica da Estrada Real - o conjunto de caminhos que garantiu o escoamento do ouro durante a colonização e hoje configura o maior circuito turístico do Brasil. A proposta deste capítulo é delimitar o objeto que nos permitirá compreender como a comunicação política adotada pelas mulheres eleitas em 2020 na plataforma digital *Facebook* permitiu que elas se conectassem aos eleitores, mesmo em ambiente tão conservador e tradicionalista, que ainda reserva às mulheres um lugar distante da esfera pública tradicional. Nesta construção, de quais categorias dos feminismos elas lançaram mão? De quais arquétipos femininos se valeram? Estes fatores variaram da campanha eleitoral para o cumprimento dos mandatos?

Para começar a delimitar este objeto, o primeiro subcapítulo apresenta um panorama geral das desigualdades que marcam a experiência de ser mulher no Brasil, em Minas Gerais e na Estrada Real. Em seguida, os dois subcapítulos seguintes fazem um passeio pela Estrada Real, buscando desvelar como a sua constituição patriarcal resultou em um ambiente opressor para as mulheres, que acaba por dividi-las em dois grupos: as resistentes e as integradas - estas últimas associadas à “tradição família mineira”.

Este movimento de revisitação da Estrada Real resulta no início da configuração do objeto de pesquisa, que vai sendo lapidado nos subcapítulos seguintes. No subcapítulo 1.4, é exposta a necessidade de criação de um índice para aferir a representatividade política das mulheres nos 50 municípios do eixo central da Estrada Real. A partir dele, é possível determinar quais municípios se destacam por eleger um maior número de mulheres por faixa populacional.

O capítulo termina com o subcapítulo 1.5, em que o objeto acaba de ser delineado, a partir da definição do *Facebook* como a plataforma digital que servirá de palco para a observação da construção do perfil das mulheres estudadas, além do período em que se dará a pesquisa.

2.1 DISTORÇÕES NA REPRESENTATIVIDADE POLÍTICA FEMININA NO BRASIL, EM MINAS GERAIS E NA ESTRADA REAL

O Brasil não é um bom lugar para ser mulher. É o 80º país, dentre um universo de 170, no *ranking* de qualidade de vida para as mulheres, de acordo com o estudo "*Women, Peace and Security Index*", do Instituto para Mulheres da Universidade de Georgetown, publicado em 2023¹. Ocupa a posição 130 dentre 153 países analisados no *ranking* mundial de desigualdade de salários entre homens e mulheres, feito pelo Fórum Econômico Mundial, em 2019 (Brasil, 2019). É o 5º, em uma lista de 84, com o maior número de homicídios de mulheres, conforme o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH).

Pesquisa Datafolha² apontou que, em 2020, durante a pandemia da covid-19, uma em cada quatro mulheres com mais de 16 anos sofreu algum tipo de violência no Brasil. Outra pesquisa, esta feita pela revista Azmina³ (Azmina, 2020), mostrou que, durante o auge do isolamento social provocado pela pandemia, a cada 9 horas uma mulher foi morta no país. Segundo o Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2021, apenas em 2020 as polícias civis registraram mais de 230 mil casos de lesão corporal dolosa por violência doméstica e 1.350 feminicídios.

Não bastasse tudo isso, as eleições 2020, em meio à pandemia da covid-19, mostraram que o sonho de uma internet universalizante, capaz de criar uma esfera pública conectada⁴ para dar espaço às minorias excluídas da esfera pública tradicional, não se consolidou. O uso nunca antes imaginado das redes sociais, em particular, e da internet, no geral, não ajudou a corrigir as assimetrias nas representatividades de gênero que fazem do Brasil o segundo pior país da América Latina em número de mulheres em cargos públicos eletivos, atrás apenas do Haiti⁵.

As cotas eleitorais, que obrigaram os partidos a lançarem pelo menos 30% de candidaturas femininas, não surtiram o efeito esperado. Embora as mulheres sejam a maioria

¹ Saiba mais em:

<https://g1.globo.com/dia-das-mulheres/noticia/2022/03/08/veja-quais-os-melhores-e-os-piores-paises-para-ser-mulher-nos-quesitos-inclusao-justica-e-seguranca.ghtml>

² Saiba mais em

<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/06/07/1-em-cada-4-mulheres-foi-vitima-de-algum-tipo-de-violencia-na-pandemia-no-brasil-diz-datafolha.ghtml>

³ A pesquisa da revista AZMina está disponível em: <https://azmina.com.br/projetos/um-virus-duas-guerras/>. Acesso em: 02 jul. 2022.

⁴ Conceito proposto por Yochai Benkler (2006), em *The wealth of networks*, ao defender que a internet é muito mais democrática do que a mídia tradicional (SILVEIRA, 2008, p. 113).

⁵ O Brasil ocupa a 142ª posição do ranking da União Interparlamentar que avalia a participação política de mulheres em 192 países, conforme dados de outubro de 2021 (SEABRA; MISSIONEIRO, 2021).

da população e do eleitorado⁶, as prefeitas eleitas no país foram 12,1% do total em 2020, as vice-prefeitas somaram 16,4% e as vereadoras ocuparam 16,51% das vagas legislativas, de acordo com dados do TSE.

Em Minas Gerais, o fosso de desigualdade que separa a representatividade entre homens e mulheres seguiu ainda mais profundo. No ranking nacional de percentual de mulheres eleitas, o Estado ocupa a 24ª posição entre os 26 da federação, superando apenas Mato Grosso do Sul e Espírito Santo. As prefeitas alçaram apenas 7,2% dos postos do Executivo municipal mineiro, enquanto as vereadoras conquistaram 13,9% das cadeiras dos legislativos.

Dos 853 municípios do Estado, 186 (22%) não tiveram nenhuma vereadora eleita, entre eles cidades polos na política e na economia, como as históricas Barbacena e Barroso. Há também as 333 cidades (39%) que elegeram apenas uma vereadora, caso de campeãs do circuito turístico, como Tiradentes, Ouro Preto, Mariana e Congonhas⁷. Aliás, é justamente na trilha das cidades históricas – popularmente reconhecidas como mais tradicionalistas e conservadoras – que as mulheres encontraram menor espaço de representatividade no pleito de 2020 em Minas Gerais.

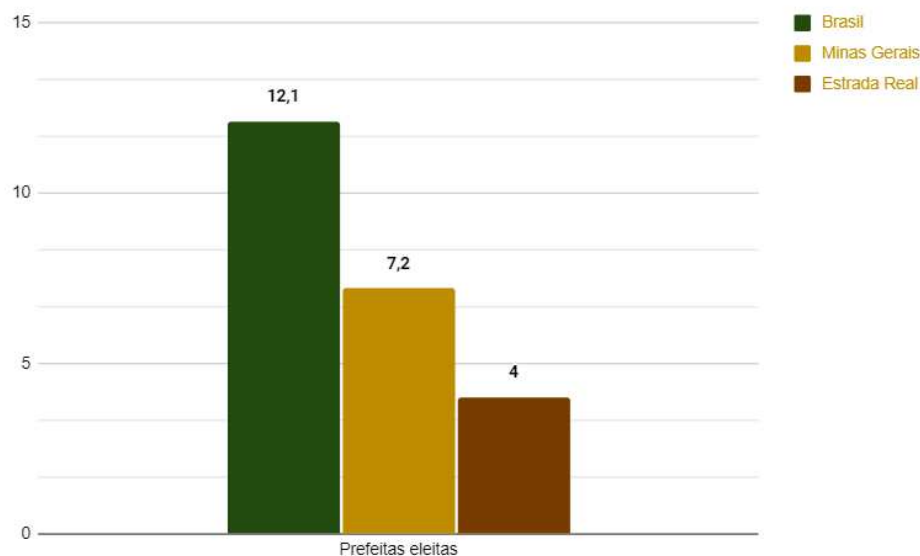
Maior circuito turístico do país, percorrendo um total de 1.630 quilômetros, a Estrada Real compreende um conjunto de quatro trilhas históricas que garantiram o envio do ouro e do diamante à Coroa portuguesa na época do Brasil Colônia. Seu eixo principal é composto por 59 municípios, 50 deles localizados em Minas Gerais, 6 em São Paulo e 3 no Rio de Janeiro. Há também a chamada Área de Influência da Estrada Real, que compreende mais 140 municípios, sendo 119 em Minas Gerais, 19 em São Paulo e 2 no Rio de Janeiro.

Nos 169 municípios que constituem o trecho mineiro da Estrada Real, foram eleitas apenas 7 prefeitas, 17 vice-prefeitas e 217 vereadoras. Se considerarmos os 50 municípios mineiros do Eixo Principal, foram apenas 2 prefeitas eleitas, 6 vice-prefeitas e 69 vereadoras. Média muito menor do que a nacional e mesmo a mineira, as prefeitas são somente 4% dos eleitos.

⁶ Segundo dados de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 51,8% dos brasileiros são mulheres. Conforme dados de 2020 do TSE, 52,5% dos eleitores são do sexo feminino.

⁷ Apenas 4 cidades mineiras, ou 0,4% do total, tiveram maioria feminina em seus legislativos: Buenópolis, Pedro do Indaiá, São João da Mata e Silvanópolis.

Gráfico 1 – Percentual de prefeitas eleitas no Brasil, em Minas Gerais e no eixo principal da Estrada Real em MG



Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados do TSE (2025).

Neste contexto, esta pesquisa tem como objetivo principal verificar como as mulheres que concorreram aos cargos de prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras nos municípios que compõem o circuito da Estrada Real construíram suas representações políticas na esfera pública conectada das plataformas digitais, de forma a se conectarem com os eleitores e com seus anseios a ponto de se elegerem para os cargos em disputa, mesmo em ambiente tão hostil à participação feminina na política.

É um objetivo secundário verificar como a relação dialética entre a ascensão do conservadorismo e a explosão dos feminismos como movimento de massa afeta essas representações construídas sob influência da profunda midiaticização dos processos sociais. E, também, questionar quais arquétipos as imagens destas mulheres reforçam. Por fim, aferir se essas representações permanecem as mesmas no exercício dos mandatos, dentro da lógica da campanha permanente.

2.2 POR QUE A ESTRADA REAL?

Construir o objeto para responder ao problema de pesquisa proposto passa necessariamente por delimitá-lo no espaço. No caso em questão, um espaço ainda mais conservador que a média brasileira, onde a eleição de mulheres desafia em grande medida o senso comum. Em Minas Gerais, este lugar é a Estrada Real, espinha dorsal do Brasil Colônia, no século XVIII, ligando os portos às localidades de produção de ouro e de diamantes na

região que, a partir de 1720, tornou-se a capitania de Minas Gerais, com a incorporação de territórios da Bahia, São Paulo e Pernambuco (Bastos, 2004; Calaes; Oliveira, 2009).

A Estrada Real foi “a base de formação do conhecimento geocientífico, da formação político-cultural e do ordenamento territorial de sua região de influência, reunindo pré-requisitos para a estruturação e desenvolvimento da nação brasileira” (Calaes; Oliveira, 2009, p. 21). Ressignificada hoje como o maior circuito turístico do Brasil, a Estrada Real se tornou o catalisador do desenvolvimento regional, atraindo brasileiros e estrangeiros para seus 13 roteiros, definidos pelo governo de Minas Gerais, em 2004 (Almeida, 2006).

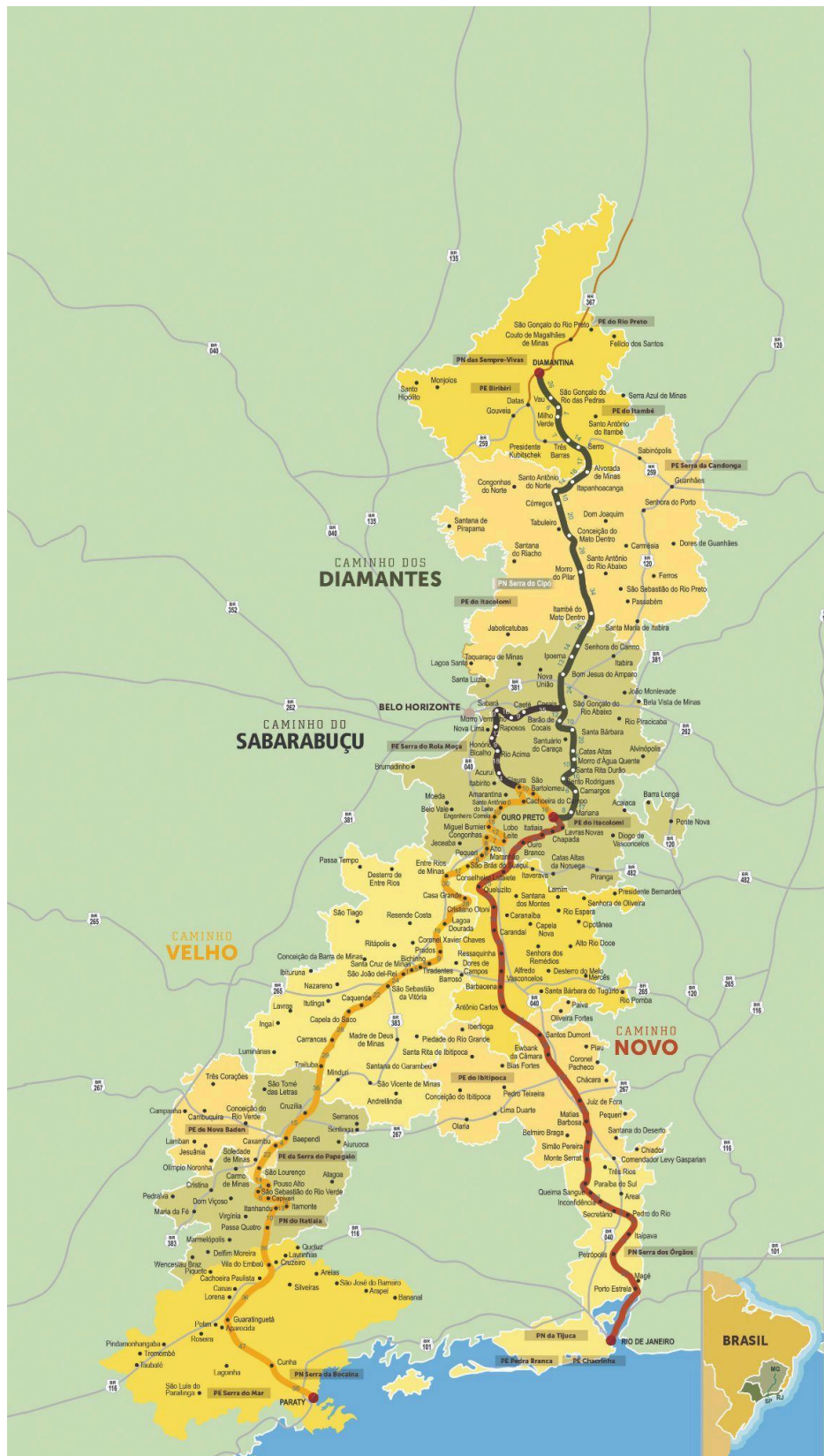
A ER exerceu, no século XVIII, um papel essencial no processo de ocupação e de interiorização do território brasileiro, gerando efeitos que até hoje contribuem para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e, particularmente, dos Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo (Calaes; Oliveira, 2009, p. 22).

Costa (2009) afirma que, no início do século XVIII, já eram muitos os caminhos para as Minas Gerais, mas eram muitos também os descaminhos, o que levou Portugal a tomar medidas severas para assegurar o recebimento do quinto, ou seja, do imposto estabelecido pela Coroa para tributação do ouro e do diamante. Cabe aqui destacar que, durante o século XVIII, o Brasil foi o maior produtor mundial de metal e da pedra preciosa.

Para evitar estes descaminhos do ouro e dos diamantes determinou o governo da metrópole que estes bens deixassem a região apenas por algumas trilhas ou caminhos, que a partir de então receberam a denominação de Estrada Real. Nos pontos em que as Estradas Reais cruzavam as fronteiras entre capitanias foram construídos Registros para as necessárias cobranças de impostos (Costa, 2009, p. 7)

Pires corrobora a ideia de que à Coroa interessava controlar a circulação de pessoas pela região das Minas, que foi sendo ocupada no final do século XVII e nas primeiras décadas do século XVIII e, desde aquela época, já possuía uma alta densidade demográfica. A região das Minas Gerais teve uma formação urbana desde o princípio e durante todo o século XVIII houve uma tentativa de controlar a circulação de pessoas na região por meio de registros de passagens e de mercadorias. Esses registros ficavam em locais estratégicos nas estradas que ligavam as Minas Gerais ao litoral e, como em toda busca pelo eldorado, a entrada e saída de pessoas também deviam ter um controle rigoroso (Pires, 2017, p. 2).

Imagem 1 – Mapa da Estrada Real com os caminhos abertos durante a corrida do ouro



Fonte: Instituto Estrada Real (2025).

No início da descoberta do ouro, a principal rota para escoar o metal até o porto era o chamado Caminho Velho (CV), que ligava a então Vila Rica (hoje Ouro Preto) ao porto de Paraty, distante 230 quilômetros da capital da província do Rio de Janeiro. “Por ali, circulavam os exploradores, os forasteiros, os mercadores e os escravizados. Além dos produtos de subsistência, passavam os bois, cavalos e muares que vinham do Sul para servir de transporte nas Gerais” (Scheffel, 2021, p. 561 e 562).

A autora afirma que o Caminho Velho (CV) era cercado de perigos. A viagem era lenta e perigosa por causa dos postos de registros instalados pela Coroa e também pelos saques, assaltos e assassinatos ali cometidos. Por isso, no início do século seguinte, exploradores construíram o Caminho Novo (CN), que encurtava o trajeto de Minas ao Rio de Janeiro, tornando-o também mais seguro. Além de mais direta, esta estrada nova passava por vilarejos, estâncias, regiões mais ocupadas.

Não se sabe ao certo quem encontrou ouro pela primeira vez no país. Diversos relatos da descoberta indicam que, quase simultaneamente, o metal foi encontrado em diversas regiões de Minas Gerais, por diferentes pessoas, entre os anos de 1693 e 1695. Por isso, Minas se tornou o centro das atenções de Portugal, que se fez presente na província:

A importância da exploração aurífera no contexto mercantilista da época fazia de Minas o centro das atenções metropolitanas, que durante um século não se desviaram daquela região central, perdida no coração da América e atravessada pela Serra do Espinhaço. Mais do que em qualquer ponto de seus domínios, o Estado – sol no seu zênite – esteve presente em Minas, como acusa a correspondência meticulosa estabelecida entre os ministros portugueses, o próprio rei e os administradores locais (Souza, 1986, p. 96, apud Scheffel, 2021, p. 561).

De acordo com Scheffel (2021), os diamantes foram descobertos no rio Jequitinhonha, nas localidades de Serro Fino e Tijuco (hoje Serro e Diamantina), em meados de 1714. O Caminho dos Diamantes (CD) foi criado mais tarde para ligar as duas localidades à Vila Rica. “Ao contrário das outras regiões, a ocupação do arraial foi desencorajada, pois o controle da Coroa era o mais rígido da Colônia, mas o Caminho dos Diamantes se manteve como um dos mais importantes do período” (Scheffel, 2021, p. 563).

O Caminho do Sabarabuçu (CS), por sua vez, surge de uma lenda: a crença de que no topo da Serra da Piedade era possível vislumbrar um brilho resplandecente de ouro e que nos rios que a margeavam desciam pedras do metal precioso e diamantes. Entretanto, ao chegarem lá, os bandeirantes encontraram apenas minério de ferro. De acordo com Calaes e Ferreira

(2009), a principal vantagem dele era ser o caminho do contrabando, já que possuía vários atalhos e descaminhos, inviabilizando a cobrança do quinto e de outros tributos.

Com estes quatro caminhos, foi formada a Estrada Real. “Era expressamente proibido, sob norma real, abrir ou passar por outros caminhos. Para o governo metropolitano, era importante manter o controle fiscal e controlar as rotas de comunicação entre as minas e o porto” (Scheffel, 2021, p. 565).

Evoluindo a partir dos primeiros caminhos autorizados pela Coroa, as estradas mantiveram o caráter de vias oficiais ainda por muitas décadas. Reforçaram o caráter legal, de caminho obrigatório para pessoas e mercadorias, agregando o adjetivo “real” ao nome – tornaram-se estradas reais (Santos, 2001, p. 155).

Reconhecida como um movimento contra a cobrança do quinto sobre a produção do ouro, a Inconfidência Mineira (1789) irrompeu justamente quando as reservas auríferas começavam a se exaurir na região, levando comerciantes abastados a irem procurar novas formas de sustento na Zona da Mata. Mas, mesmo neste contexto, a Estrada Real manteve seu papel de “rota de penetração e de desenvolvimento regional” (Calaes; Ferreira, 2009, p. 26).

Quando a corte portuguesa se instalou no Brasil, em 1808, o Caminho Novo ainda encontrava-se muito pouco desenvolvido. O príncipe regente, que viria a se tornar posteriormente o rei D. João VI, investiu na mudança. “O príncipe, após incursões na área, voltou sua atenção para a região, fazendo distribuição de terras a nobres e a alguns demais vassalos, estimulando-os ao plantio e à pecuária” (Calaes; Ferreira, 2009, p. 30).

No final do século passado, os caminhos históricos da Estrada Real começaram a se destacar como roteiros turísticos. A primeira cidade do circuito a ser tombada pela Unesco como Patrimônio foi Ouro Preto, em 1980. O município, ao lado de Mariana e Congonhas, dentre outros, pertence ao Circuito do Ouro, enquanto Diamantina pertence ao Circuito dos Diamantes, e São João del-Rei e Tiradentes, ao Circuito Trilha dos Inconfidentes. Estes circuitos foram gestados entre os anos de 1999 e 2003, até que foram lançados em 2004, no município de São João del-Rei, com o nome de Programa Estrada Real.

Três séculos após o surgimento dos primeiros arraiais e dos primeiros caminhos, após a criação da secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais no ano de 1999, o governo mineiro promulgou a Lei de criação do Programa Estrada Real, tendo como objetivo inicial o desenvolvimento do turismo regional (Pires, 2017, p. 2).

O lançamento do programa foi uma grande jogada de marketing político do então governador da época, Aécio Neves (PSDB), neto do ex-presidente da República, Tancredo Neves. Aécio conseguiu que o “marco zero” da Estrada Real fosse instalado em Santa Cruz de Minas, município encravado na rota que liga sua cidade natal, São João del-Rei, a Tiradentes. Tudo isso a despeito de Ouro Preto ser de fato o marco zero dos caminhos coloniais.

Para apoiar a iniciativa do governo estadual, a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) fundou o Instituto Estrada Real (IER), que ficou “encarregado de valorizar o patrimônio histórico-cultural, estimular o turismo, e estruturar o território da Estrada Real” (Rodrigues, 2008, p. 72).

O Governo mineiro inicialmente buscou dividir a Estrada Real em sete circuitos, mas ela acabou sendo ampliada para o total de treze roteiros. Os circuitos iniciais são: dos Diamantes, da Serra do Cipó, do Ouro, da Trilha dos Inconfidentes, do Caminho Novo, das Águas e das Terras Altas da Mantiqueira. Foram incluídos depois os seguintes: das Vilas e Fazendas de Minas, do Vale Verde e Quedas D’água, das Serras do Ibitipoca, das Montanhas Mágicas da Mantiqueira, dos Caminhos do Sul de Minas e da Nascente do Rio Doce (Almeida, 2006).

Naquele momento, foram agregados ao circuito do Projeto Estrada Real um total de 173 municípios. Ao longo dos anos, porém, várias outras cidades próximas pediram para integrar a rota como forma de alavancar o turismo. E assim o IER passou a identificar um total de 199 municípios na estrada real, além de 45 distritos destes municípios. O eixo principal da ER possui, segundo o próprio órgão, um total de 59 municípios e 43 distritos. Já a área de influência da estrada agrega ao circuito mais 140 municípios e 2 distritos.

2.3 RESGATE HISTÓRICO: ORIGENS DO TRADICIONALISMO E DO CONSERVADORISMO NA ESTRADA REAL

Quando os portugueses invadiram o Brasil, em 1500, encontraram os indígenas vivendo em uma transição do período paleolítico para o neolítico – época em que o patriarcado se instalou como padrão mundial (Del Priore, 2020)⁸. Portanto, conforme Mary Del Priore (2020), as indígenas da etnia tupinambás, com quem eles tiveram o primeiro contato, já viviam sob o controle dos homens. Em *Sobreviventes e guerreiras – Uma breve*

⁸ Conforme Mary Del Priore (2020), no período paleolítico superior, que se estendeu de 45.000 anos AC até 10.000 anos AC, já se observava divisão do trabalho entre homens e mulheres em 186 sociedades. O crescimento demográfico no neolítico constituiu uma ruptura na história das mulheres, que se tornaram cada vez mais “mães”.

história da mulher no Brasil de 1500 a 2000, Mary del Priore (2020) atesta que, décadas mais tarde, quando as primeiras africanas escravizadas passaram a ser trazidas para o país, elas também experimentavam o patriarcado como forma de relação social.

A posição, porém, é contestada por alguns dos principais nomes do feminismo decolonial. A brasileira Fabiane Medina da Cruz (2020), do povo avá-guarani, afirma que nunca houve um “patriarcado indígena” (Mendes e Macedo, 2024). A teórica africana Oyèrónké Oyewùmí (2021), na obra *A invenção das mulheres – Construindo um sentido africano para os discursos ocidentais de gênero*, sustenta que foram os colonizadores europeus que introduziram a noção de gênero na cultura iorubá que, até então, era uma sociedade livre do patriarcado. Sobre o tema, a brasileira Heloisa Buarque de Hollanda (2020) é categórica: “O não reconhecimento do sistema patriarcal no período pré-colonial é o pressuposto inaugural e diferencial, portanto, do feminismo decolonial (Hollanda, 2020, p.18)

Mas há também uma posição mais conciliatória de autores também reconhecidas como decoloniais, como a própria Hollanda adverte. Teóricas indígenas como Julieta Paredes (2013) e Elisa Urbano Ramos Pankararu (2019), ao analisar a situação latino-americana, concordam que o patriarcado já estava instaurado no território quando os europeus aportaram, mas analisam que ele foi intensificado pela chegada dos colonizadores. “A opressão europeia inflama as formas de convivência nas comunidades indígenas causando o que é denominado como “entroncamento patriarcal”” (Pankararu, 2019, p. 71).

Em *A invenção das mulheres – Construindo Um Sentido Africano para os Discursos Ocidentais de Gênero*, Oyèrónké Oyewùmí (2021) sustenta que o conceito de mulher só foi imposto aos iorubás após a chegada do colonizador europeu à África, dado que a língua iorubá sequer possuía marcadores de gênero e não havia distinção entre homens e mulheres nas ocupações menos ou mais importantes, como chefes de aldeias e pajés.

O surgimento da mulher como categoria identificável, definida por sua anatomia e subordinada aos homens em todas as situações, resultou, em parte, da imposição de um Estado colonial patriarcal. (...). A criação de “mulheres” como categoria foi uma das primeiras realizações do Estado colonial (Oyewumi, 2021, p.188).

Em relação às portuguesas, a análise é mais consensual. As autoras concordam que o patriarcado dominava a Europa e, por isso, aquelas que passaram a vir para o país na esteira dos chamados colonizadores, viviam sob um sistema patriarcal ainda mais opressor, já que contava com o domínio da Igreja Católica Apostólica Romana (Del Priore, 2020), que difundia o sexo apenas para fins de procriação e a subordinação da esposa ao marido. Foi

assim que o patriarcado se instaurou no Brasil (Del Priore, 2020), afligindo mulheres de culturas diversas.

Em Minas Gerais, as mulheres “estiveram excluídas de qualquer exercício de função política nas câmaras municipais, na administração eclesiástica, proibidas de ocupar cargos da administração colonial que lhes garantisse reconhecimento social”. (Figueiredo, 2004, p. 120). Apesar disso, elas resistiram: trabalhavam de forma ativa e eram indispensáveis à economia do Brasil colônia (Figueiredo, 2004; Del Priore, 2004).

No século XVII, a proporção de mulheres proprietárias de terras para homens em Minas Gerais era de 1 para 35 (Figueiredo, 2004). Nas pequenas granjas e roças, porém, elas faziam a diferença: “Se examinarmos Vila Rica nos primeiros anos do século XIX, do total de roceiros, lavradores e hortelãos anotados pelo censo, encontraremos 51 mulheres para 27 homens” (Figueiredo, 2004, p. 120).

As negras forras e de ganho eram maioria à frente do comércio ambulante, vendas, hospedarias, pensões e cabarés. Em Vila Rica, as mulheres eram 6% das proprietárias de vendas em 1716 e 70% em 1773 (Figueiredo, 2004). Em Vila do Carmo, que se transformou em Mariana, elas eram proprietárias de 7% das vendas, em 1725, percentual que subiu para 61%, em 1796. Conforme Del Priore (2020), as negras libertas constituíam o segundo grupo social mais rico de Minas Gerais:

Em Minas Gerais, as “pérolas negras” – como foram chamadas pela historiadora Júnia Ferreira Furtado – tinham desde bens imóveis, como casas, fazendas e rocinhas, até jóias de ouro e diamantes, trastes de casas e de uso, imagens e oratórios. As negras libertas eram o segundo grupo social mais rico em Minas Gerais e, provavelmente, também em Goiás, onde foram observadas por Polh. Tão logo alcançavam a liberdade, tornavam-se proprietárias de escravizados. Numa sociedade que desprezava o trabalho feito à mão, nada mais natural (Del Priore, 2020, p. 65).

Se na economia as negras forras e de ganho se destacavam ao lado dos negros, apesar das duras condições impostas a elas, como a jornada dupla ou tripla, na vida privada sofriam abusos de toda parte. “Em se tratando das mulheres escravas elas suportariam uma dupla exploração: sexual e econômica. A escravidão revelaria então uma de suas faces mais perversas” (Figueiredo, 2004, p. 127).

As brancas e ricas, por sua vez, sofriam com a interdição da sua sexualidade: “A todo-poderosa Igreja exercia forte pressão sobre o adestramento da sexualidade feminina. O fundamento escolhido para justificar a repressão da mulher era simples: o homem era superior, e, portanto, cabia a ele exercer a autoridade” (Araújo, 2004, p. 37).

Figueiredo (2004) sustenta que a formação da família mineira “foi marcada por um conflito permanente entre os poderes da Igreja e do Estado versus a cultura popular” (Figueiredo, 2004, p. 138). Segundo ele, disseminaram-se em Minas Gerais as relações do tipo consensual⁹, sustentadas por um compromisso informal entre as partes, e não submetidas ao sacramento do matrimônio. Figueiredo (2004) afirma que, ao contrário da família legítima, ungida pelo matrimônio e requerida pela Igreja e pelo Estado, o comum em Minas Gerais foi a união livre, primeiro entre portugueses e indígenas, depois entre portugueses e africanas, propiciando a miscigenação.

Com o passar dos anos e a gradual consolidação do sistema colonial, as uniões livres não apenas se generalizariam como também seriam mescladas pela incorporação da população de origem africana. A miscigenação cedo definiria a presença marcante do mestiço na composição da sociedade, e a família legítima, de preferência envolvendo casais brancos, permaneceria como um projeto cada vez mais inalcançável (Figueiredo, 2004, p. 139).

As tentativas do Estado e da Igreja de promoverem a família legal e combaterem as uniões consensuais cresceram à medida que grandes cidades foram sendo criadas em Minas, na esteira da mineração. Neste contexto, “cabia disciplinar não apenas os papéis sociais, mas também os afetos e o uso do corpo” (Figueiredo, 2004, p. 129). No entanto, os mineiros e mineiras resistiram e continuaram a criar famílias à margem da repressão do Estado e da Igreja.

Por conta do preconceito, a Coroa também tentou criar políticas públicas para estimular os casamentos entre brancos. Uma destas políticas previa a exigência de ser da raça branca para ocupar cargos públicos. Nada disso deu certo. No geral, os mineiros eram católicos até não mexerem com suas relações informais e inter-raciais. “No conjunto, do qual a restrita elite mineira não faz parte, o concubinato se constituiu na relação familiar típica dos setores intermediários e grupos populares” (Figueiredo, 2004, p. 141).

Enquanto a Igreja defendia um casamento austero, com o único propósito da procriação, nas uniões livres os tipos de relacionamentos eram contraditórios: ou abundava a violência entre os parceiros ou então o afeto, conforme comprovam documentos coloniais (Figueiredo, 2004). De qualquer forma, a mulher em Minas Gerais tinha um papel mais importante do que o permitido pelo casamento religioso à época.

⁹ Por relações consensuais aqui, entende-se as relações informais, não pautadas pelo casamento chancelado pela Igreja ou pelo Estado.

A estabilidade nas uniões consensuais instituídas entre as camadas populares possibilitou uma divisão de papéis no domicílio caracterizada por uma maior atuação feminina do que a prevista no casamento cristão. O verdadeiro estímulo para a definição de papéis não foi o discurso teológico que fixava a submissão feminina no casamento, mas as exigências de um cotidiano em que era vital a repartição de tarefas ou a transferência de papéis para a sobrevivência do grupo doméstico (Figueiredo, 2004, p. 147).

A repressão da Igreja e do Estado às uniões livres acabou resultando na família fracionada: núcleos em que as mulheres e filhos viviam em habitação diferente da do dono da casa, para que ele não parecesse pecador aos olhos da Igreja e nem desonrado aos olhos do Estado. A família fracionada aparece como a mais perfeita síntese desse amplo processo cultural: casais abriam mão da coabitação para manter a união sem perigo da exclusão religiosa. O sentimento amoroso na cultura popular resistiu ancorado nesse modelo de família para preservar o afeto e protegê-lo da repressão dispersiva das instituições da cultura dominante (Figueiredo, 2004, p. 153).

Importante ressaltar que a originalidade da família mineira, assim como a resistência das mulheres ao desempenharem papéis importantes na economia e na vida social das cidades, especialmente as das camadas populares, estão diretamente ligadas às intempéries que, mais do que a qualquer outra região do Brasil Colônia, marcaram o Estado. Como lembra Figueiredo (2004), “motins contra impostos, revoltas envolvendo levantes armados, batalhas, destruição de propriedades, formação de quilombos e revoltas escravas, ataques de índios bravos, inconfidências, como a de Curvelo (1761) e a Mineira (1789), formaram uma pesada corrente de tensões” (Figueiredo, 2004, p. 153).

Conforme o autor,

Para conter essa carga de protestos, prosperou um inventário de medidas repressivas que acabaram por valorizar de certo modo o destemor das mulheres mineiras desenhando seus verdadeiros contornos, seja como alvo direto da repressão (“negras de tabuleiro”, prostitutas, concubinas), seja como agentes sociais em quem se projeta o programa normalizador institucional: esposa, mãe, devota (Figueiredo, 2004, p. 153).

Ele sustenta que “nunca foi tão duro o aprendizado da colonização como nas Minas Gerais do século XVIII” (Figueiredo, 2004, p. 153). E isso pode ter gerado as contradições que fizeram das mineiras mulheres guerreiras, como também devotas esposas que, mais tarde, iriam compor a ‘tradicional família mineira’.

2.4 O ÍNDICE DE REPRESENTATIVIDADE FEMININA (IRF)

Tomando os municípios do Eixo Principal da Estrada Real para embasar o *corpus* desta pesquisa, dado o fato de que eles representam algumas das localidades mais antigas, tradicionalistas e conservadoras de Minas Gerais, criamos um índice percentual que estabelece o número de mulheres eleitas por mil habitantes nas cidades mineiras da Estrada Real, batizado de Índice de Representatividade Feminina (IRF). Este IRF foi calculado dividindo o número de mulheres eleitas pela quantidade de habitantes do município e, depois, multiplicando o resultado por 1.000. No caso de mulheres prefeitas, o peso atribuído a elas foi 2, dado ao fato de que possuem maior capital político. No caso das vice-prefeitas, o peso foi 1,5. Já as vereadoras receberam peso 1. Os valores, arbitrários, não espelham o peso real desses cargos no pacto federativo brasileiro, mas apenas sinalizam a importância de se considerar prefeitas com maior capital político do que vice-prefeitas e vereadoras, assim como as vice-prefeitas têm menos do que prefeitas e mais do que vereadoras.

As informações relativas ao número de mulheres eleitas em cada um dos 50 municípios foram extraídas da base de dados do TSE. As planilhas trazem dados referentes a todos os candidatos da eleição, inclusive os homens e os não eleitos. Por isso, posteriormente, foi feita uma raspagem da totalidade dos dados constantes nas tabelas para apurar especificamente o número de prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras eleitas por município.

O processo de levantamento da população de cada um dos municípios foi mais complicado. Via de regra, o Brasil realiza um censo populacional a cada 10 anos. Entretanto, por razões variadas que vão da pandemia da covid-19 ao desprezo do então presidente Jair Bolsonaro pela ciência, o censo pré-programado para ocorrer em 2020 não foi realizado. Portanto, no início, esta pesquisa usou como referência o índice de população estimada por município para 2021, calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Assim, sistematizamos o IRF das 50 cidades do chamado Eixo Principal da Estrada Real, tendo na primeira coluna os nomes destes municípios. Na segunda coluna, incluímos o caminho da Estrada Real em que esta cidade está encravada: CV, CN, CD e CS. Na terceira coluna, trouxemos a população de cada município, conforme a estimativa do IBGE para 2021, como já esclarecido. Na quarta coluna, as prefeitas eleitas, enquanto na quinta entraram as vice-prefeitas e na sexta, as vereadoras. Na sétima e última coluna, apresentamos o IRF de cada município. As diferentes cores representam as faixas populacionais em que os municípios estão agrupados.

Quadro 1 - Índice de representatividade feminina de cada município do eixo principal da Estrada Real

NOME	CAMINHO	POPULAÇÃO	PREFEITAS	VICE-PR E FEITAS	VEREADORAS	IRF
JUIZ DE FOR A	CN	577.532	1	0	4	0,0103
BARBACENA	CN	139.061	0	0	0	0
SABARÁ	CS	137.877	0	0	1	0,0072
CONSELHEIRO LAFAIETE	CN	130.584	0	0	1	0,0076
SÃO JOÃO DEL-REI	CV	90.897	0	0	3	0,033
OURO PRETO	CD	74.824	0	1	1	0,0267
MARIANA	CD	61.830	0	0	1	0,0161
CONGONHAS	CV	55.836	0	0	1	0,0179
ITABIRITO	CS	52.996	0	0	0	0
DIAMANTINA	CD	47.924	0	0	2	0,0417
SÃO LOURENÇO	CV	46.539	0	0	3	0,0644
SANTOS DUMONT	CN	46.357	0	0	1	0,0215
CAETÉ	CS	45.364	0	0	1	0,022
OURO BRANCO	CN	40.220	0	0	2	0,0497
BARÃO DE COCAIS	CD	33.232	0	0	0	0
SANTA BÁRBARA	CD	31.873	0	1	2	0,0941
CARANDAI	CN	25.831	0	0	1	0,0387
CAXAMBU	CV	21.566	0	0	1	0,0387
SERRO	CD	20.915	0	0	3	0,1434
BAEPENDI	CV	19.249	0	0	0	0
CONCEIÇÃO DO MATO DENTRO	CD	17.438	0	1	2	0,172
RAPOSOS	CS	16.501	0	1	0	0,0606
PASSA QUATRO	CV	16.439	0	0	1	0,0608
ITAMONTE	CV	15.844	0	1	2	0,1893

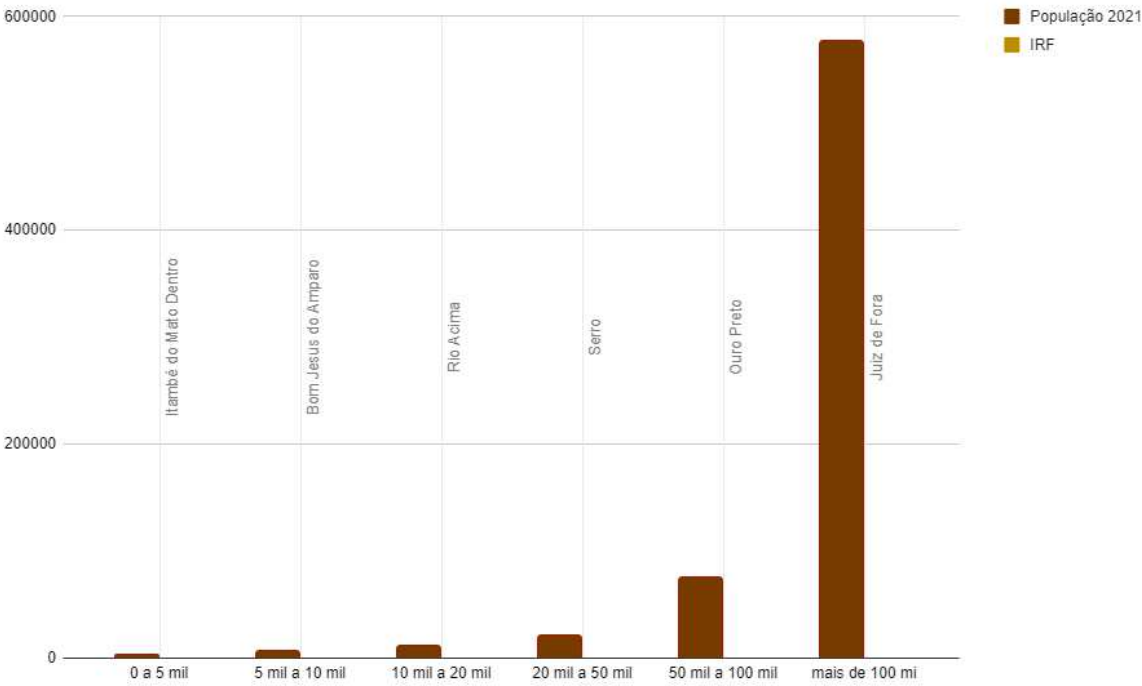
CRUZÍLIA	CV	15.529	0	0	1	0,0643
ITANHANDU	CV	15.511	0	0	1	0,0644
ENTRE RIOS DE MINAS	CV	15.458	0	0	0	0
MATIAS BARBOSA	CN	14.626	0	0	1	0,0683
LAGOA DOURADA	CV	13.115	0	0	2	0,1524
ANTONIO CARLOS	CN	11.471	0	0	1	0,0871
RIO ACIMA	CS	10.524	0	1	1	0,19
PRADOS	CV	9.128	0	0	3	0,3286
SANTA CRUZ DE MINAS	CV	8.723	0	0	0	0
TIRADENTES	CV	8.160	0	0	1	0,1225
BOM JESUS DO AMPARO	CD	6.182	0	0	3	0,4852
ALFREDO VASCONCELOS	CN	6.075	0	0	0	0
POUSO ALTO	CV	5.862	0	0	2	0,3411
CATAS ALTAS	CD	5.465	0	0	1	0,1829
CRISTIANO OTONI	CN	5.161	0	0	2	0,3875
RESSAQUINHA	CN	4.826	0	0	0	0
CARRANCAS	CV	4.052	0	0	3	0,7403
EWBANK DA CÂMARA	CN	3.932	0	0	3	0,7629
SÃO BRÁS DO SUAÇUÍ	CV	3.770	0	0	0	0
ALVORADA DE MINAS	CD	3.605	0	0	1	0,2773
MORRO DO PILAR	CD	3.126	0	0	2	0,6397
SIMÃO PEREIRA	CN	2.621	0	0	2	0,763
SÃO SEBASTIÃO DO RIO VERDE	CV	2.259	0	0	1	0,4426
CASA GRANDE	CV	2.251	0	0	1	0,4442

ITAMBÉ DO MATO DENTRO	CD	2.032	1	0	2	1,9685
QUELUZITO	CN	1.948	0	0	2	1,0266

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Como forma de focalizar ainda mais o *corpus*, procuramos estabelecer os municípios com maior IRF por faixa populacional. O resultado foi a seleção para a pesquisa dos seguintes municípios: Itambé do Mato Dentro, Bom Jesus do Amparo, Rio Acima, Serro, Ouro Preto e Juiz de Fora, cada um deles representando uma faixa populacional diversa, conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 2 - Municípios do Corpus por faixa populacional



Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados do IBGE e do TSE (2025).

Itambé do Mato Dentro, com 1.949 habitantes, elegeu três mulheres: 1 prefeita e 2 vereadoras. Foi o menor município da Estrada Real a eleger uma prefeita. Foi também o município com maior índice de mulheres eleitas na categoria até 4.999 habitantes. Em seguida está Bom Jesus do Amparo que, com seus 6.182 habitantes, elegeu 3 vereadoras. Rio Acima, por sua vez, possui 10.524 habitantes e elegeu 2 mulheres: 1 vice-prefeita e 1 vereadora.

Serro, com 20.915 habitantes, elegeu 3 vereadoras. Ouro Preto, com 74.824 habitantes, elegeu 1 vice-prefeita e 1 vereadora. Juiz de Fora, com seus 577.532, elegeu 1 prefeita e 4 vereadoras.

Quadro 2 - Corpus de pesquisa por município

PL	IRF	CARGO	NOME URNA	LEGENDA
Itambé do Mato Dentro	1,9685	prefeita	Cleidileny	PP
Itambé do Mato Dentro	1,9685	vereadora	Arlete do Cabo	AVANTE
Itambé do Mato Dentro	1,9685	vereadora	Daiane do Zé Eloi	PP
Bom Jesus do Amparo	0,4852	vereadora	Edilene Coelho	PL
Bom Jesus do Amparo	0,4852	vereadora	Elvira Maria Ferreira Mota	PDT
Bom Jesus do Amparo	0,4852	vereadora	Inês Santos	MDB
Rio Acima	0,19	vice-prefeita	Maria do Socorro Barbosa Teixeira	PDT
Rio Acima	0,19	vereadora	Rayane Bárbara da Silva	PDT
Serro	0,1434	vereadora	Djanira do Sindicato	PL
Serro	0,1434	vereadora	Karine Dentista	PT
Serro	0,1434	vereadora	Noia	PSD
Ouro Preto	0,18	vice-prefeita	Regina Braga	REPUBLICANOS
Ouro Preto	0,18	vereadora	Lílian França	PDT
Juiz de Fora	0,0086	prefeita	Margarida Salomão	PT
Juiz de Fora	0,0086	vereadora	Tallia Sobral	PSOL
Juiz de Fora	0,0086	vereadora	Laiz Perrut	PT
Juiz de Fora	0,0086	vereadora	Kátia Franco	PSC
Juiz de Fora	0,0086	vereadora	Cida Oliveira	PT

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Desta forma, o corpus final da pesquisa constava de 18 mulheres eleitas: 2 prefeitas, 2 vice-prefeitas e 14 vereadoras, conforme exposto no Quadro 02, onde também constam município, IRF, cargo, nome na urna e legenda.

Em 2023, entretanto, o governo federal conseguiu concluir o censo populacional que deveria ter sido feito em 2020. Dessa forma, atualizamos todos os cálculos referentes à obtenção do IRF dos 50 municípios do eixo principal do trecho mineiro da Estrada Real, tendo como base a população dos municípios divulgada pelo Censo 2022, lançado em 2023.

O resultado consta no Quadro 3. À exemplo do anterior, ele disponibiliza na primeira coluna o nome do município, seguido pelo caminho em que ele se encontra. Na terceira coluna encontra-se o número de habitantes por município. Na quarta, o número de prefeitas eleitas, enquanto na quinta estão os de vice-prefeitas e, na sexta coluna, o de vereadoras. A sétima e última coluna apresenta o IRF de cada um dos municípios.

Quadro 3 - Índice de representatividade feminina de cada município do eixo principal da Estrada Real atualizado

JUIZ DE FORA	CN	540.756	1	0	4	0,0110955773
CONSELHEIRO LAFAIETE	CN	131.621	0	0	1	0,007597571816
SABARÁ	CS	129.372	0	0	1	0,007729647837
BARBACENA	CN	125.317	0	0	0	0
SÃO JOÃO DEL-REI	CV	90.225	0	0	3	0,03325020781
OURO PRETO	CD	74.824	0	1	1	0,03341173955
MARIANA	CD	61.387	0	0	1	0,01629009399
ITABIRITO	CS	53.282	0	0	0	0
CONGONHAS	CV	52.890	0	0	1	0,01890716582
DIAMANTINA	CD	47.702	0	0	2	0,04192696323
SÃO LOURENÇO	CV	44.798	0	0	3	0,06696727532
SANTOS DUMONT	CN	42.406	0	0	1	0,02358156865
CAETÉ	CS	38.776	0	0	1	0,02578914793
OURO BRANCO	CN	38.724	0	0	2	0,05164755707
BARÃO DE COCAIS	CD	30.778	0	0	0	0
SANTA BÁRBARA	CD	30.466	0	1	2	0,1148821637
CARANDAI	CN	23.812	0	0	1	0,04199563245

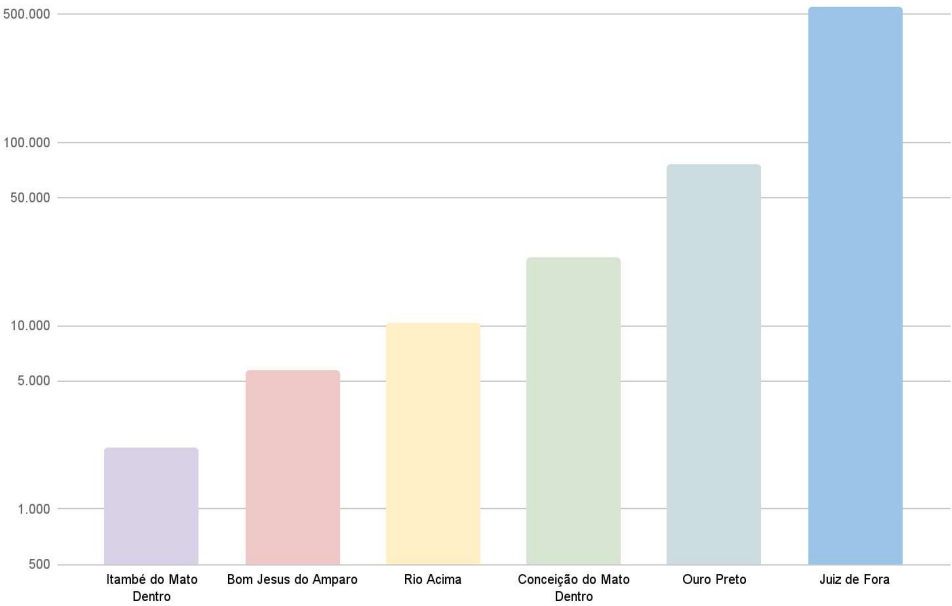
CONCEIÇÃO DO MATO DENTRO	CD	23.162	0	1	2	0,151109576
SERRO	CD	21.952	0	0	3	0,1366618076
CAXAMBU	CV	21.566	0	0	1	0,04636928499
BAEPENDI	CV	18.366	0	0	0	0
RAPOSOS	CS	16.279	0	1	0	0,09214325204
PASSA QUATRO	CV	15.515	0	0	1	0,06445375443
CRUZÍLIA	CV	15.362	0	0	1	0,06509569067
ITANHANDU	CV	15.236	0	0	1	0,06563402468
ITAMONTE	CV	14.786	0	1	2	0,2367104017
ENTRE RIOS DE MINAS	CV	14.746	0	0	0	0
MATIAS BARBOSA	CN	14.121	0	0	1	0,07081651441
LAGOA DOURADA	CV	12.769	0	0	2	0,1566293367
ANTONIO CARLOS	CN	11.095	0	0	1	0,0901306895
RIO ACIMA	CS	10.261	0	1	1	0,2436409707
PRADOS	CV	9.048	0	0	3	0,3315649867
SANTA CRUZ DE MINAS	CV	8.109	0	0	0	0
TIRADENTES	CV	7.744	0	0	1	0,1291322314
ALFREDO VASCONCELOS	CN	6.931	0	0	0	0
POUSO ALTO	CV	6.566	0	0	2	0,3045994517
BOM JESUS DO AMPARO	CD	5.631	0	0	3	0,5327650506
CATAS ALTAS	CD	5.473	0	0	1	0,1827151471
CRISTIANO OTONI	CN	4.667	0	0	2	0,4285408185
RESSAQUINHA	CN	4.548	0	0	0	0
ALVORADA DE MINAS	CD	4.159	0	0	1	0,240442414
CARRANCAS	CV	4.049	0	0	3	0,7409236849
SÃO BRÁS DO SUAÇUI	CV	3.989	0	0	0	0
EWBANK DA CÂMARA	CN	3.875	0	0	3	0,7741935484
MORRO DO PILAR	CD	3.133	0	0	2	0,6383657836
SIMÃO PEREIRA	CN	2.947	0	0	2	0,6786562606

SÃO SEBASTIÃO DO RIO VERDE	CV	2.300	0	0	1	0,4347826087
CASA GRANDE	CV	2.214	0	0	1	0,4516711834
ITAMBÉ DO MATO DENTRO	CD	2.142	1	0	2	1,867413632
QUELUZITO	CN	1.770	0	0	2	1,129943503

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Após esta etapa do processo, nós agrupamos os municípios por faixa populacional e selecionamos os com maior IRF em cada faixa para compor o corpus. Neste processo, descobrimos que o IRF de Conceição do Mato Dentro ultrapassou o de Serro, fazendo com que o município fosse substituído. Em função disso, o corpus ficou assim especificado por faixa populacional:

Gráfico 3 - Municípios do Corpus por faixa populacional atualizado



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Dessa forma,

Por consequência, o *corpus* final também sofreu mudanças, com a saída das informações relativos a Serro e o acréscimo daquela referentes à Conceição do Mato Dentro:

Quadro 4 - Corpus de pesquisa por município atualizado

PL	IRF	CARGO	NOME URNA	LEGENDA
Itambé do Mato Dentro	1,9685	Prefeita	Cleidileny	PP
Itambé do Mato Dentro	1,9685	Vereadora	Arlete do Cabo	AVANTE
Itambé do Mato Dentro	1,9685	Vereadora	Daiane do Zé Eloi	PP
Bom Jesus do Amparo	0,4852	Vereadora	Edilene Coelho	PL
Bom Jesus do Amparo	0,4852	Vereadora	Elvira Maria Ferreira Mota	PDT
Bom Jesus do Amparo	0,4852	Vereadora	Inez Santos	MDB
Rio Acima	0,19	vice-prefeita	Maria do Socorro Barbosa Teixeira	PDT
Rio Acima	0,19	Vereadora	Rayane Bárbara da Silva	PDT
Conceição do Mato Dentro	0,1511	vice-prefeita	Ivete Otoni	PP
Conceição do Mato Dentro	0,1511	Vereadora	Beatriz Madureira	MDB
Conceição do Mato Dentro	0,1511	Vereadora	Dayse Picão	MDB
Ouro Preto	0,18	vice-prefeita	Regina Braga	REPUBLICANOS
Ouro Preto	0,18	Vereadora	Lílian França	PDT
Juiz de Fora	0,0086	Prefeita	Margarida Salomão	PT
Juiz de Fora	0,0086	Vereadora	Tallia Sobral	PSOL
Juiz de Fora	0,0086	Vereadora	Laiz Perrut	PT
Juiz de Fora	0,0086	Vereadora	Kátia Franco	PSC
Juiz de Fora	0,0086	Vereadora	Cida Oliveira	PT

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Com a mudança, o número de mulheres pesquisadas se manteve o mesmo, mas com uma diferença: São três vice-prefeitas, ao invés de duas. Sendo assim, o corpus final ficou em seis municípios e 18 mulheres, sendo 2 prefeitas, 3 vice-prefeitas e 13 vereadoras.

2.5 A OPÇÃO PELA PLATAFORMA DE REDE SOCIAL DIGITAL *FACEBOOK* E A DELIMITAÇÃO DO OBJETO NO TEMPO

A rede social selecionada para a extração e análise das postagens das mulheres eleitas foi o *Facebook* – desde 28 de outubro de 2021 incorporada pela Meta, empresa também responsável pelas redes sociais *Instagram*, *Messenger* e *WhatsApp*¹⁰. Em 2020, em meio às eleições municipais, ainda era o *Facebook* a rede social mais utilizada entre os brasileiros. Embora àquela época redes sociais digitais como o *Twitter*¹¹ e o *Instagram* fizessem muito sucesso entre formadores de opinião, no primeiro caso, e entre o público jovem, no segundo, era o *Facebook* que possuía a hegemonia do eleitorado naquele Brasil profundo do qual fazem parte as cidades selecionadas para a realização deste trabalho. Em 2022, inclusive, a situação não foi alterada. A maioria das 18 mulheres analisadas mantinham perfil no *Facebook*. Em 2023, a situação começou a mudar, com a difusão do *Instagram*.

Rede social, no caso, é o nome genérico e popular dado às plataformas digitais como o *Facebook* que, na verdade, são também grandes corporações transnacionais que fizeram história ao se tornarem as empresas mais lucrativas do mundo, explorando a chamada “economia da atenção”¹² (Silveira, 2008; Valente, 2021; Wu, 2012). A Meta é a sexta maior empresa de tecnologia do mundo, com uma queda no posicionamento após o *rebranding*¹³ do *Facebook*.

Jonas Valente (2021) afirma que

As plataformas digitais são sistemas tecnológicos que funcionam como mediadores ativos de interações, comunicações e transações entre indivíduos e organizações operando sobre uma base tecnológica digital conectada, especialmente no âmbito da internet, provendo serviços calcados nessas

¹⁰ Na literatura acadêmica, não é considerado uma rede social, devido à dinâmica do envio de mensagens individuais ou em grupos pré-determinados. Mas popularmente é entendido como rede social.

¹¹ Em 2022, o *Twitter* passou a se chamar *X*.

¹² Economia da atenção é uma expressão cunhada pelo professor norte-americano Tim Wupara (Wu, 2012) para explicar essa modalidade de indústria que tem como objetivo capturar a atenção humana (como uma espécie de *commodity* para revendê-la em seguida para anunciantes).

¹³ Em tradução livre, pode-se dizer que seja o reposicionamento da marca para evitar o desgaste imposto ao *Facebook* pela má fama de permitir *fake news* e vender dados dos eleitores para consolidar resultados eleitorais.

conexões, fortemente lastreados na coleta e processamento de dados e marcados por efeitos de rede (Valente, 2021, posição 3969).

O autor sustenta que, deste modo, as plataformas são agentes de ponta que acumulam três características: coleta massiva de dados, processamento inteligente e aplicações personalizadas e moduladoras. Tudo isso tem o único propósito de permitir uma publicidade cada vez mais potente para atingir o consumidor. Segundo Valente (2021), a publicidade no *Facebook* “tem um potencial de reduzir ao máximo a circunscrição de um público potencial ao cruzar diversos interesses e rastros digitais coletados e analisados” (Valente, 2021, p. 4062). O autor também pontua o fato de que a plataforma, enquanto agente, atua de forma fortemente calcada na coleta e processamento de dados por meio de seu “diferencial comparativo”. Por fim, é importante ressaltar, conforme Valente (2021), que o “domínio dos dados significa a antecipação dos desejos de consumo” com a possibilidade de ajustar seus modelos de negócios.

Cabe destacar também que, em função da rede social digital *Facebook* oscilar entre permitir ou não o acesso integral aos conteúdos de contas específicas para fins de pesquisa acadêmica por meio de softwares de pesquisa, a extração dos dados necessários a este projeto de pesquisa foi feita de forma manual para evitar quaisquer contratempos.

No que tange à temporalidade, a delimitação desta pesquisa compreende a análise das publicações nas redes sociais das 18 mulheres eleitas nos municípios selecionados, considerando o período que engloba a campanha eleitoral de 2020, de 27 de setembro a 15 de novembro, para as candidatas eleitas em 1º turno, e até 29 de novembro, para a candidata Margarida Salomão, eleita prefeita de Juiz de Fora no 2º turno; o período de 16 de novembro a 31 de dezembro de 2021, para averiguar o andamento do primeiro ano de mandato, para todas elas; e de 16 de novembro a 31 de dezembro de 2022, para averiguar o andamento do segundo ano de mandato, também para todas elas; de 16 de novembro a 31 de dezembro de 2023, também para todas elas. É importante destacar que a escolha de 45 dias como amostragem para a coleta de dados se justifica em função do tamanho do período da campanha eleitoral, enquanto a decisão de englobar novembro e dezembro se deve à tradição das retrospectivas de final de ano que, pelo menos em tese, ajudam a dar um resumo das ações daquele ano em questão.

No capítulo seguinte, apresentaremos a fundamentação teórica que nos permitirá investigar o objeto proposto. Para isso, primeiro empreendemos uma pesquisa sobre o estado

da arte relativo ao tema para, na sequência, apresentarmos os conceitos e teorias que balizam esta pesquisa.

3 UMA REALIDADE SOCIAL CONSTRUÍDA A MUITAS MÃOS E A PARTIR DE DIFERENTES TIPOS DE SABERES

Este capítulo percorre toda a trilha teórica construída para cercar um objeto multifacetado, que necessita de fundamentos das ciências sociais, da comunicação política e da teoria feminista para ser desvelado. Uma trilha que começa no levantamento do estado da arte sobre mídia, gênero e política, tema do primeiro subcapítulo. Esta seção, portanto, retrata como este levantamento foi feito, a partir da escolha de um software de pesquisa, passando pela definição das palavras-chaves para a busca até a delimitação dos resultados, esclarecendo quais os desafios de cada etapa.

Feito isso, o capítulo entra, de fato, na discussão acerca da teoria que sustenta a pesquisa. Esta etapa começa por investigar um conceito central para o entendimento da comunicação na contemporaneidade, o de midiaticização. A partir dele, chega ao conceito de campanha permanente, que exemplifica justamente, a partir das lentes da comunicação política, como a lógica da mídia interage com todos os outros campos da vida social. E por falar em campo, é preciso voltar a um conceito chave do seminal Bourdieu (2011): o de campo político. A partir dele, torna-se importante também discutir a entrada ou não em cena de um outro campo, bem mais recente: o digital.

Delimitado o espaço da política, o capítulo entra em um debate necessário tanto para definir o poder do campo digital quanto para jogar luz ao lugar da mulher no espaço público. Aqui, o debate sobre o conceito de esfera pública, proposto por Habermas, é analisado sobre o prisma da teoria feminista e, também, sob os olhares de um mundo que se reinventa a partir da internet: este novo espaço de disputa de poder já classificado como a esfera pública conectada.

Em seguida, o capítulo revisita a teoria contemporânea da cibercultura e da cultura da convergência para destrinchar, de forma prática, as mudanças que a internet operou na comunicação, sempre com foco na comunicação política. As formas com que se dá o uso da ferramenta para garantir o engajamento do público, como a ação conectiva, também entra na pauta deste percurso teórico.

A partir daí, a fundamentação teórica explora a teoria feminista acerca de temas imprescindíveis à construção de alternativas da comunicação política para mulheres, tendo como ponto de partida as discussões sobre a relação entre o crescimento do feminismo como movimento de massa e ascensão do neoconservadorismo. As origens da sub-representação feminina e o impacto das políticas identitárias na luta pela emancipação feminina também são abordadas.

3.1 O ESTADO DA ARTE DAS PESQUISAS SOBRE MÍDIA, GÊNERO E POLÍTICA

A indústria editorial tem lançado e relançado publicações que dizem respeito à comunicação eleitoral, aos feminismos, às construções da identidade e à ofensiva neoconservadora. Por isso, a definição do estado da arte desta pesquisa foi complexa e feita por etapas, de modo a não desconsiderar nenhum dos temas de interesse.

O software utilizado na pesquisa foi o *Publish or Perish* (POP), que recupera e analisa citações acadêmicas. A ferramenta acessa nove diferentes bancos de dados online: *Crossref*, *Google Scholar*, *Google Profile*, *Microsoft Academic*, *Scopus*, *Web of Science*, *OpenAlex*, *Semantic Scholar* e *Pubmed*. A partir daí, extrai os dados brutos de citações e constrói métricas em diferentes campos de pesquisa, como autor, título da obra e palavras-chaves, dentre outros.

Para empreender nossa pesquisa, optamos por duas bases de dados diferentes: Google Scholar, por ser a mais popular delas, justamente por ter o acesso favorecido pela gigante da tecnologia Google, e Crossref, por ser uma das mais bem avaliadas na Academia. Dado o grande volume de obras referenciadas, nos limitamos às publicações lançadas ou relançadas entre 2017 e 2022. O programa, na sua versão gratuita, apresenta no máximo os 1.000 resultados mais relevantes, por isso, nos casos em que os resultados foram superiores a este número, apontamos o símbolo +1.000.

A metodologia adotada identificou os autores mais citados por conjunto de palavras-chave pesquisados, conforme a tabela abaixo:

Quadro 05 – Palavras-chave utilizadas na produção do estado da arte da pesquisa

PALAVRAS CHAVES BUSCADAS	RESULTADOS
feminismo + política +comunicação eleitoral	631
gênero + conservadorismo + comunicação eleitoral	+ 1.000
mídia + feminismo + representação	+ 1.000
mídia + gênero + conservadorismo	751
mídia + feminismo + comunicação eleitoral	+ 1.000
mídia + feminismo + conservadorismo	+1.000

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Terminadas estas buscas, sistematizamos os 20 autores mais citados em cada um dos seis segmentos, agrupando-os em uma lista única. A partir daí, descartamos as repetições de autores em segmentos diversos – sendo que alguns deles participavam de todos eles. Desta forma, restaram 62 obras, entre livros e artigos acadêmicos. Ato contínuo, descartamos também os autores que, embora possam ter abordado os temas de interesse tangencialmente, não o fizeram de forma a impactar esta pesquisa, como é o caso do livro *A televisão levada a sério*, de Arlindo Machado, de 2019, citado por 2.011 autores, mas sem impacto substancial no nosso caso. Dessa forma, chegamos aos 12 autores mais citados em temas de interesse, conforme o quadro abaixo:

Quadro 06 – Autores mais citados em pesquisas e obras sobre feminismo, identidades e representações femininas

AUTORES	CITAÇÕES	OBRA	TIPO DE OBRA	ANO
CASTELLS, M.	6988	O poder da identidade	Livro	2018
WOLF, N.	795	O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres	Livro	2018
GONZALEZ, L.	554	Por um feminismo afro-latino-americano	Livro	2020
ARRUZZA, C; BHATTACHARYA, T; FRASER, N.	517	Feminismo para os 99%: um manifesto	Livro	2019
RIBEIRO, D.	500	Quem tem medo do feminismo negro?	Livro	2018
BIROLI, F.	474	Gênero e desigualdades: limites da democracia no Brasil	Livro	2018
GARCIA, C. C.	293	Breve história do feminismo	Livro	2018
DAVIS, A.	256	A liberdade é uma luta constante	Livro	2018
MISKOLCI, R; CAMPANA, M.	248	“Ideologia de gênero”: notas para a genealogia de um pânico moral contemporâneo	Artigo	2017

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Importante destacar que, dentre eles, estão autores seminais, como Manuel Castells, cuja obra *O poder da identidade*, lançada originalmente em 1999 e com versão atualizada em 2018, já foi citada 6.988 vezes. Na lista também estão teóricas feministas consagradas, como Lélia Gonzalez, Nancy Fraser e Angela Davis, junto a acadêmicas de uma geração mais nova, como Flávia Biroli e Djamila Ribeiro.

Nas 60 obras que restam no estado da arte apurado, aparecem autores recorrentes, como é o caso das já citadas Flávia Biroli e Nancy Fraser. Também é interessante observar que a antologia *Pensamento Feminista*, organizada por Heloísa Buarque de Holanda, entre 2019 e 2020, tem vários dos seus artigos citados como referências. Isso ocorre porque a antologia reúne, em 4 volumes, extratos das principais obras das teóricas feministas contemporâneas do Brasil e do mundo.

O estado da arte aferido indica que há atualmente ampla produção científica sobre os temas feminismos, identidade, representação e gênero. Isso não ocorre, porém, quando estes temas são relacionados a outros mais pertinentes ao campo da comunicação, como campanha permanente, esfera pública conectada e midiaticização, o que constitui indicativo da necessidade do aprofundamento das pesquisas nesta área. Exemplo: uma pesquisa feita no mesmo *Publish or Perish* usando as expressões campanha permanente + mulher apontou 388 resultados. No entanto, a maior parte deles foi descartada por não se relacionar ao campo da comunicação.

Nas interlocuções com o tema campanha permanente + gênero e/ou mulheres, o destaque ficou com a brasileira Luciana Panke, com 17 citações do artigo “Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais” (2016). Ainda com relação ao tema campanha permanente, os professores do PPGCOM-UFJF Paulo Roberto Figueira Leal e Luiz Ademir Oliveira, junto a Carla Montuori Fernandes e Thamiris Franco Martins, ocupam a 7ª posição no ranking apurado, com sete citações do artigo “Campanha permanente de Dilma Rousseff: uma análise da comunicação governamental e das estratégias eleitorais” (2016).

Por estratégia, decidimos utilizar nesta pesquisa, além dos autores das publicações mais citadas entre 2017 e 2022, aqueles autores que servem como referências atemporais para cada tema abordado. O quadro estabelecido segue em constante revisão:

Quadro 07 – Autores referências por tema

TEMAS	AUTORES
Mídia e política	Flávia Biroli, Luiz Felipe Miguel, Nancy Fraser, Douglas Kellner, Pierre Bourdieu.
Mídia e representação	Stuart Hall, Erving Goffman, Guy Debort, Douglas Kellner.
Esfera pública, esfera pública conectada e ação conectiva	Jünken Habermas, Nancy Fraser, Yochai Benkler, Sérgio Amadeu Silveira, Lance W. Bennet, Alexandra Segerberg.
Midiatização	Stieg Hjarvard, José Luiz Braga.
Campanha permanente	Alex Marland, Darren G. Lilleker, Luciana Panke, Paulo Roberto Figueira Leal, Luiz Ademir Oliveira, Carla Montuori Fernandes, Thamiris Franco Martins.
Campanha eleitoral para mulheres	Luciana Panke.
Feminismos contemporâneos	Heloisa Buarque de Hollanda, Nancy Fraser, Donna Haraway, Sara Harding, Lélia Gonzalez, Sueli Carneiro, Judith Butler, bell hooks, Naomi Wolf.
Gênero e conservadorismo	Flávia Biroli, Maria das Dores Campos Machado, Juan Marco Vaggione.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Uma observação importante que corrobora a importância da nossa pesquisa é o fato de que as obras identificadas acerca dos temas mobilizados se relacionam majoritariamente com temas nacionais, como as pesquisas para campanhas eleitorais para a Presidência da República e para o Congresso Nacional. Aparentemente, os conceitos e ferramentas aqui abordados não têm sido mobilizados para aferir como a representatividade feminina é construída nos rincões do Brasil profundo, onde impera o conservadorismo, o machismo e a misoginia, como é o caso do circuito histórico da Estrada Real, em Minas Gerais.

3.2 MIDIATIZAÇÃO E CAMPANHA PERMANENTE

Na contemporaneidade, as mudanças nos processos sociais são fortemente afetadas pela midiatização que, como alerta Hjarvard (2014), faz com que a sociedade esteja cada vez mais submetida e dependente da mídia e de sua lógica. Para explicar por que a midiatização tem sido considerada um conceito chave para se entender o papel da mídia na contemporaneidade, José Luiz Braga (2012) retoma o conceito de mediação que, segundo ele, precisa ser considerado sob pelo menos duas perspectivas. A primeira, mais genérica, sugere que uma mediação é um “processo em que um elemento é intercalado entre sujeitos e/ou ações diversas, organizando as relações entre estes” (Braga, 2012, p.32). Já na sua perspectiva epistemológica, mediação significa que a compreensão acerca da realidade é sempre intermediada por um ponto de vista, que pode ser a linguagem, a história de vida, a classe social, o gênero, a raça. “O ser humano vê o mundo pelas lentes de sua inserção histórico-cultural, por seu “momento” (Braga, 2012, p.32).

O autor lembra que, no âmbito da comunicação, o surgimento das mídias de massa alterou profundamente a relação dos seres humanos com estas lentes de mediação. A ponto de, em um primeiro momento, fazer parecer que a sociedade estava à mercê dessas novas e, por que não dizer, assustadoras tecnologias de mídia. Foi nesta perspectiva que nasceram e tomaram corpo os primeiros olhares sobre a mídia, no que veio a se chamar, posteriormente, de Teoria da Comunicação. Entre apocalípticos e integrados, para fazer uso da expressão cunhada por Umberto Eco (2020), os teóricos deste novo campo do conhecimento compartilhavam o entendimento de que o público era passivo e, por isso, um alvo fácil para os interesses representados pela mídia de massa, fossem eles ligados ao capital ou ao contexto político autoritário.

Na década de 1980, entretanto, surge uma nova forma de encarar o papel da mídia, que pode ser considerada um ponto de virada na história da Teoria da Comunicação. Um marco deste novo pensamento é o lançamento da obra *Dos meios às mediações*, de Jesús Martín-Barbero, publicada originalmente em 1987, em Barcelona. De acordo com Braga (2012), a obra vem assinalar “uma mediação fundamental entre a sociedade e as proposições da mídia de massa: a inserção cultural do receptor” (Braga, 2012, p.32). Para ele, “essa percepção é relevante, não apenas porque põe em cena o receptor integrado em seus ambientes – mas também porque começa a fazer perceber os processos midiatizados” (Braga, 2012, p.33).

Isso ocorre, na visão do autor, porque as mediações passaram a ser vistas como uma forma de resistência dos cidadãos ao poder da mídia, até então visto como imensurável. Neste momento histórico, portanto, não é mais possível enxergar um suposto predomínio da indústria cultural sobre a sociedade. E é a partir desta trajetória de pensamento que se faz possível enxergar, para além da mediação, a midiatização dos processos sociais. “Ao mesmo tempo em que a questão comunicacional se torna presente e fundante para a sociedade, os processos sociais se midiatizam – no sentido de que tomam diretamente iniciativas midiatizadoras” (Braga, 2012, p.34).

Braga (2012) acredita que, para desvelar o conceito em construção de midiatização, é preciso revisitar o pensamento já construído sobre a circulação dos produtos culturais oferecidos pela mídia. Para ele, quando se trata de valores simbólicos, é mais importante analisar a circulação posterior à recepção: “O sistema de circulação interacional é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia” (Braga, 2006, p. 28).

Segundo o autor, na fase em que os pesquisadores davam ênfase aos meios, a circulação era vista meramente como forma com que a mensagem passava do emissor ao receptor, da qual seria razoável trabalhar para que houvesse total espelhamento. A partir do entendimento do receptor como parte ativa no processo comunicacional, esta expectativa muda. A circulação é, então, “transformada em lugar no qual produtores e receptores se encontram em jogos complexos de oferta e reconhecimento” (Fausto Neto, 2010, p. 11). Trata-se do espaço de pesquisa, por exemplo, de como determinados consumidores avaliaram determinado programa televisivo.

Este lugar de interação entre emissores e receptores, porém, viria a ser muito exacerbado com a entrada em jogo do ciberespaço, em especial as redes sociais, em que os comentários que se sucedem às publicações expõem a contínua construção de sentidos para as mensagens. Braga observa (2012) que é por isso que, na era da midiatização, as mensagens são produzidas em fluxo contínuo e o produto midiático deixa de ser a comunicação inicial (já quase impossível de se detectar) para se transformar em todo o processo. O efeito disso, segundo ele, é uma total reorganização da sociedade - assim como aconteceu no século XVII, quando “a imprensa se desenvolveu como um componente estruturante da sociedade (notadamente a europeia)” (Braga, 2006, p. 37). Em outras palavras, essa etapa de midiatização da sociedade em que a comunicação se dá por fluxo contínuo, que emissão e recepção não são mais instâncias separadas, decorre de um contexto histórico específico em que é possível enxergá-la concretamente na forma de circuitos, que “são culturalmente

praticados, são reconhecíveis por seus usuários e podem ser descritos e analisados por pesquisadores” (Braga, 2006, p. 41).

O autor sustenta que estes circuitos se utilizam de estruturas criadas historicamente pela sociedade pré-midiática, como os campos sociais observados por Bourdieu, com destaque para o campo político, um conceito que será aprofundado mais adiante, ainda neste capítulo. Braga (2006) lembra, na esteira de Bourdieu (2003), que os campos são “estruturas relativamente autônomas” (Bourdieu, 2003, p. 22) que constituem esferas de legitimidade (Rodrigues, 1990, p. 143). Braga (2006) concorda que o desenvolvimento da mídia resultou na instituição de um campo midiático durante o século passado, mas sustenta que, na sociedade midiaticizada, não é mais possível considerá-lo autônomo, já que são muitos os outros campos que se imbricam com ele. Portanto, a midiaticização não propõe a centralidade do campo midiático na configuração dos processos sociais, mas sim a adequação de todos os campos à lógica da mídia.

Na prática social encontramos, então, sobretudo circuitos. Cada setor ou processo de sociedade participa de circuitos múltiplos. Com a midiaticização crescente, os campos sociais, que antes podiam interagir com outros campos segundo processos marcados por suas próprias lógicas e por negociações mais ou menos específicas de fronteiras, são crescentemente atravessados por circuitos diversos (Braga 2012, p.47).

Braga (2006), portanto, opta por usar o termo “sociedade em midiaticização” para validar o que ele considera um processo em curso, assinalando que ele não pode ser atribuído a nenhum setor específico da sociedade. Ele também sustenta que este processo não é, em si, nem positivo nem negativo. Só não pode ser desconsiderado:

Encontramos uma circulação em fluxo contínuo, relacionada à geração de circuitos complexos – em dois sentidos: pela variedade de ambientes atravessados; e pela diversidade de processos, meios e produtos articuláveis ao circuito. Os circuitos mais marcados pela midiaticização da sociedade atravessam os campos sociais estabelecidos, abalando sua capacidade de refração e o desenho de sua esfera de legitimidade (Braga, 2012, p. 48).

A conclusão a que chega o autor é que, na sociedade em midiaticização, “não são ‘os meios’, ou ‘as tecnologias’, ou ‘as indústrias culturais’ que produzem os processos – mas sim todos os participantes sociais, grupos *ad-hoc*, sujeitos e instituições que acionam tais processos e conforme os acionam” (Braga, 2012, p. 50). Para ele, a midiaticização não se contrapõe à mediação desvelada por Martin-Barbero: a midiaticização se torna a maior forma de mediação da contemporaneidade.

Uma outra abordagem do conceito de midiatização é a proposta por Stig Hjarvard (2014). Ele lembra, com base na obra *Opinião Pública* (2017), de Walter Lipmann, que as representações que as mídias fazem sobre assuntos e pessoas são, muitas vezes, baseadas em estereótipos grosseiros e preconceituosos. Por isso, não são reais ou verdadeiras. Mesmo assim, influenciam o mundo real, “já que humanos agem de acordo com suas percepções do mundo, não a partir de um insight absoluto da verdade sobre o mundo” (Hjarvard, 2014, P.22).

Para o autor, a importância da obra seminal de Lipmann (2017) está justamente no fato de ser a primeira a vislumbrar, ainda no período entre guerras, a relação entre mídia, opinião pública e política nas mudanças estruturais da sociedade. Estudo este que, para ele, seria um precursor dos estudos contemporâneos de midiatização, cada vez mais imprescindíveis para o bom entendimento do mundo em que vivemos. “Hoje, experimentamos uma midiatização intensificada da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase toda instituição social e cultural, como a família, o trabalho, a política e a religião” (Hjarvard, 2014, P.23).

No artigo *Midiatização: conceituando a mudança social e cultural*, Hjarvard (2014) discute uma perspectiva institucional da midiatização baseada em três dimensões. A primeira diz respeito ao fato de que a midiatização envolve transformações estruturais de longa duração e ao que a difere de mediação.

Em contraste à mediação, que lida com o uso da mídia para práticas comunicativas específicas em interação situada, a midiatização preocupa-se com os padrões em transformação de interações sociais e relações entre os vários atores sociais, incluindo os indivíduos e as organizações. Desta perspectiva, a midiatização envolve a institucionalização de novos padrões de interações e relações sociais entre os atores, incluindo a institucionalização de novos padrões de comunicação mediada (Hjarvard, 2014, p.24).

A segunda dimensão proposta pelo autor é a de que a midiatização é um enquadramento conceitual que valida teorias de médio alcance. “Os resultados da midiatização podem variar consideravelmente, dependendo do contexto histórico e geográfico do campo em questão” (Hjarvard, 2014, P.24). A terceira dimensão, por fim, propõe que a midiatização seja compreendida como um processo recíproco entre a mídia e outros domínios ou campos sociais. “A midiatização não concerne à colonização definitiva pela mídia de outros campos, mas diz respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade” (Hjarvard, 2014, P.25).

Hjarvard (2014) também considera importante, para o estudo da midiatização, o fato de que ela é dependente da proliferação das formas de mídia, das tradicionais às digitais, mas

ressalta que o processo social de midiaticização diz respeito mais ao resultado da mudança do acesso das instituições a essas ferramentas (Hjarvard, 2014, P.25).

O tempo histórico em que a midiaticização se acentua também é objeto de análise de Hjarvard (2014). Para ele, características da modernidade, como a especialização, tornam o ambiente ainda mais promissor a ser afetado pelo transbordamento das mídias tradicionais e digitais. Ele lembra que, na contemporaneidade, as mídias são usadas para diversas funções, inclusive aliviar o estresse do espaço-tempo da modernidade, a partir do uso do celular para a coordenação de atividades laborais e familiares. E avalia o quanto a midiaticização transforma a esfera pública, que para muito além da política, também aborda assuntos culturais, de negócios e da vida privada. “Uma variedade de assuntos antes privados também alcança um caráter semipúblico através das redes sociais” (Hjarvard, 2014, p.31).

Ao marcar sua posição dentro da teoria da institucionalização, Hjarvard (2014) sustenta que a sociedade é formada por várias instituições, sendo que a maioria das ações sociais não são regidas pela lógica de uma instituição, mas sim por conjuntos e lógicas de múltiplas instituições, heterogêneas e frequentemente contraditórias. Como exemplo, cita a regulamentação da mídia, regida não apenas por interesses políticos, mas mercadológicos, religiosos, familiares e do Estado, dentre outros. Neste contexto, ele esclarece que as transformações ocorrem quando uma nova prática social é incorporada por uma instituição. Práticas que, inclusive, podem agir em mão dupla. E exemplifica com a atuação dos profissionais de mídia dentro dos partidos políticos.

A razão inicial disso poderia ser um simples desejo de fortalecer a capacidade do partido político de projetar sua própria política para seus potenciais eleitores, mas uma vez que profissionais de mídia estão dentro da organização política, eles podem introduzir novas lógicas à comunicação política (Hjarvard, 2014, p.34).

Os profissionais de mídia, portanto, alteram a lógica dos partidos políticos, mas estes também alteram a lógica da mídia, já que estes profissionais podem retornar às redações e, ali, olhar a política com novos olhos, influenciados pela ótica partidária. A este fenômeno ele dá o nome de sobreposição institucional.

Hjarvard (2014) afirma que a mídia pode ser responsável por sobreposições institucionais de três formas diferentes. A primeira está relacionada ao fato de que a mídia oferece uma esfera pública que permite que a sociedade reflita sobre si mesma. Entretanto, ao contrário do que afirmava Habermas (2014), essa esfera pública não está restrita à deliberação racional e política, mas sim a discussões racionais ou mesmo irracionais sobre assuntos

diversos, como sexo. É a mídia se sobrepondo a outras instituições, como a esfera da vida privada. A segunda aborda o fato de a mídia estar presente em outras instituições, como a família, a escola ou a igreja. Um exemplo de sobreposição institucional, neste caso, é quando as mídias sociais invadem as escolas. A terceira investiga como a mídia não apenas mistura as lógicas das demais instituições, mas também acrescenta a sua própria lógica a cada uma delas. Um exemplo é o fato das instituições religiosas que passam a fazer uso da mídia precisarem se adaptar às suas regras sociais, tecnológicas e estéticas.

Para o autor, o mais importante de tudo isso é que “a mídia pode, certamente, não ter sempre a principal influência nessas situações de sobreposição, mas o ponto-chave é que a mistura de lógicas institucionais oferece solo fértil para a mudança social e cultural” (Hjarvard, 2014, p.37).

Hjarvard observa também que “as mídias são um recurso para representar informação e construir relacionamentos a partir da ação comunicativa” (Hjarvard, 2014, p.39). Segundo ele, isso acontece em plataformas de redes sociais, como o Facebook, em que se pode tanto dialogar publicamente quanto em canais privados ou grupos, mas também nos veículos tradicionais de mídia, que interagem com uma audiência não personalizada.

As mídias são ferramentas sociais para a produção de atenção, mas o recurso verdadeiro é a capacidade da mídia em controlar como a informação é representada (por exemplo, enquadrada ideologicamente ou narrada artisticamente), como as relações são construídas (por exemplo, quem se conecta a quem e de que formas), e para qual finalidade social as ações comunicativas servem (por exemplo, entretenimento, educação, persuasão etc.) (Hjarvard, 2014, p.40).

Na comunicação política contemporânea, o processo de midiatização pode ser facilmente exemplificado a partir do que se convencionou chamar de campanha permanente. Neste novo novo bios midiático¹⁴ (Sodré, 2011) ainda mais pulverizado e complexo (Martins, 2020) em que velhas e novas mídias convergem (Jenkins, 2015), os períodos restritivos das campanhas eleitorais oficiais não são mais suficientes para que os candidatos possam disputar a atenção do eleitorado, em especial daquele eleitorado indeciso (Lilleker, 2006). Na contemporaneidade, o eleitor é disputado dia a dia, por todo o tempo, no processo de campanha permanente (Lilleker, 2006; Martins, 2020; Fernandes *et al*, 2017). E isso promove

¹⁴ De acordo com Sodré (2006), o bios midiático é a forma de vida na mídia, uma forma diferente dos outros três bios que compõem as esferas existenciais de Aristóteles. Em entrevista ao programa Trilha das Letras, da TV Brasil, exibido em 29/08/2017, o autor explica que o termo significa a esfera existencial que está a reboque do comércio e da tecnologia e que “busca uma integração do sujeito na sociedade por via do capital financeiro”. Disponível em: <<https://tvbrasil.ebc.com.br/trilha-de-letras/2017/09/mitos>>. Acesso em: 13 set 2021.

a justaposição de instituições diversas, como os partidos políticos, responsáveis pela comunicação das campanhas eleitorais, e os governos, que adotam a comunicação pública como forma de se comunicarem com a sociedade.

Darren G. Lilleker (2006) sustenta que o conceito de campanha permanente é validado pela prática, cada vez mais adotada pelos políticos e organizações políticas, de manter as estratégias utilizadas no período restritivo da campanha eleitoral mesmo depois de terminada as eleições: “Campanha permanente refere-se ao uso do cargo por indivíduos e organizações eleitos (governos, partidos de governo, membros do parlamento, congresso ou casas eleitas semelhantes) para construir e manter o apoio popular”¹⁵ (Lilleker, 2006, p.143).

O autor afirma que o termo foi cunhado por um conselheiro recém-eleito do então presidente dos Estados Unidos, Jimmy Carter, em 1976, em um memorando que aconselhava o padrão de que a campanha não poderia mais terminar com a vitória eleitoral, dada a necessidade de disputar os votos dos eleitores norte-americanos inclusive durante o exercício do mandato: “A campanha permanente está incorporada como uma característica do governo moderno”¹⁶ (Lilleker, 2006, p.144).

Lilleker (2006) advoga que a maior utilização das estratégias de campanha permanente se deve ao que ele classifica como “a natureza do eleitor moderno ou pós-moderno”. Para o autor, as campanhas não se resumem mais a mobilizar os eleitores de um ou outro partido em períodos eleitorais específicos, como foi no passado. Ao contrário, agora elas miram o voto dos eleitores indecisos, que ele classifica como a mercadoria mais valiosa da eleição. E estes precisam ser disputados dia a dia, minuto a minuto. Lilleker (2006) sustenta que os eleitores da contemporaneidade não são mais convencidos a votar em alguém em função de estratégias de curto prazo adotadas em campanhas eleitorais.

Ormstein e Mann (2000, *apud* Lilleker, 2006) acrescentam que a introdução das campanhas permanentes é justificada por diversas mudanças no ambiente político. Entre elas está o enfraquecimento das organizações partidárias, a ação de atores políticos não-eleitorais que competem pela atenção do eleitor e, também, os avanços tecnológicos nas comunicações, facilitando a coleta de notícias 24 horas por dia, sete dias por semana. Os autores sustentam também que, com o enfraquecimento da participação pública nos processos eleitorais, os eleitores tendem cada vez mais a acreditar que os políticos são todos iguais e, por isso, desconfiam dos atores de diferentes espectros políticos. Lilleker (2006) afirma, com base nas pesquisas de Ormstein e Mann (2000), que

¹⁵ Tradução minha.

¹⁶ Idem.

É a comunicação persuasiva constante, em uma batalha olho por olho com os adversários, que deixa o público confuso e cínico. Eles acreditam que ambos os lados estão se vendendo, assim como as marcas de sabão em pó argumentam que seu produto é o melhor e, portanto, ignoram ambos (Ormstein e Mann *apud* Lilleker, 2006, p.146).

Em outras palavras, Lilliker (2006) acredita que, no atual estado de espetacularização da política (Debort, 1997; Schwartzberg, 1977), principalmente no que chamamos hoje de ambiente de desinformação, os eleitores condenam mensagem e mensageiro. O autor compara a arena política a um espetáculo de teatro, quando predominam os personagens e os seus papéis, a dramatização, a ruptura das regularidades e até a diversão.

3.3 DO CONCEITO DE CAMPO POLÍTICO AO DE CAMPO DIGITAL

Em *O Poder Simbólico*, Pierre Bourdieu (2011) afirma que os símbolos são os instrumentos estruturados e estruturantes da integração social que, por meio da comunicação e do conhecimento, tornam possível a construção do consenso social. Ainda conforme o autor, é por isso que as produções simbólicas são usadas como instrumentos de dominação, ao cumprirem a função de legitimação e imposição de uma classe sobre a outra, no processo de violência simbólica.

É neste contexto que o autor apresenta o conceito de campo como o espaço em que se dá a luta pelo poder simbólico, uma forma de poder invisível de construção da realidade, que só é exercido com a cumplicidade e permissão daqueles que compõem o grupo dominado. Dentre os campos, estão o político, o religioso, o cultural, o jurídico, o midiático... todos eles tidos como microcosmos sociais. “Um campo é um microcosmo autônomo no interior do macrocosmo social (...) É um universo no qual operam critérios de avaliação que lhe são próprios e que não teriam validade no microcosmo vizinho.” (Bourdieu, 2011, p.195).

Os campos sociais, entretanto, não são estruturas fixas. São produto histórico-social, possuindo delimitação no tempo e espaço. São espaços de constantes lutas entre seus membros para manutenção ou mudança de suas posições. “Um campo é um campo de forças, e um campo de lutas para transformar as relações de forças” (Bourdieu, 2011, p.201).

Para o autor, no campo político, os efeitos externos se fazem sentir em função da relação entre políticos, eleitores e as suas organizações. Bourdieu (2011) lembra que, inclusive, os campos podem passar por mudanças profundas de paradigmas, embora isso seja muito raro de acontecer. Da mesma forma,

(...) só se pode chegar a uma ruptura da cumplicidade que as vítimas da dominação simbólica têm com os dominantes com uma transformação radical das condições sociais de produção das tendências que levam os dominados a adotar, sobre os dominantes e sobre si mesmos, o próprio ponto de vista dos dominantes (Bourdieu, 2012, p.54).

O autor afirma também que, via de regra, quem entra para a política precisa realizar uma conversão, mesmo que não tenha consciência disso. Há comportamentos esperados que a pessoa precisa se adequar. E a adesão ou não a eles separa o que Bourdieu (2011) chama de “profissionais” dos “profanos”. Bourdieu (2011) sustenta que a luta que opõe profissionais e profanos é justamente a luta simbólica pela conservação ou pela transformação do mundo social. Entretanto, as condições sociais de acesso à política são muito desiguais. “Sabe-se, por exemplo, que no estado atual da divisão do trabalho entre os sexos, as mulheres têm uma propensão muito menor do que os homens a responder às questões políticas” (Bourdieu, 2011, p.197).

Há, portanto, condições sociais de possibilidade de acesso a esse microcosmo, como, por exemplo, o tempo livre e o capital cultural (Bourdieu, 2021, p.169). Para Bourdieu, é importante ressaltar que o campo político se sustenta perante uma exclusão: “campo político como um lugar em que certo número de pessoas, que preenchem as condições de acesso, joga um jogo particular do qual os outros estão excluídos” (Bourdieu, 2011, p.197). Dessa forma, “quanto mais o campo político se constitui, mais ele se autonomiza, mais se profissionaliza, mais os profissionais tendem a ver os profanos com uma espécie de comiseração” (Bourdieu 2011, p.197).

A desigualdade de acesso às condições de exercer política também não coloca em lados opostos apenas profissionais e profanos, mas também profissionais que estão em ambientes diversos. Um exemplo é a comparação entre políticos de cidades pequenas e maiores, que disputam cargos paroquiais ou nacionais.

O político local, de base, pode ser “natural” nos pequenos povoados ou nas cidades pequenas; pode contentar-se com uma competência política elementar, na medida em que se trata de conhecer bem seus cidadãos e de ser “bem visto” por eles. Quando se passa no nível do Conselho Geral, de uma assembleia departamental, o pertencimento a partido começa a ter um papel e os mais antigos socializam os mais novos, ensinando-os a não reagir de maneira inflexível com uma simples política espontânea, política essa que não é uma política no sentido do campo político. Com bons sentimentos, faz-se má política. É preciso aprender a usar de evasivas ou subterfúgios, aprender os artifícios, as relações de forças, como tratar os adversários... Essa cultura específica deve ser dominada de forma prática (Bourdieu, 2011, p.200).

Nas pequenas cidades, principalmente, a popularidade do candidato entre os seus conterrâneos é um atributo mais importante do que o partido a que ele pertence. Isso porque os partidos são estruturas mutáveis que, segundo Bourdieu (2011), devem ser compreendidos sempre de forma relacional, dado que o sistema político se organiza entre dois pólos: progressistas e conservadores, direita e esquerda, partido da ordem e partido da mudança. E esta polarização extrema é parte de um jogo sempre comparativo, ou seja, o que é esquerda hoje pode não ser amanhã, o que é conservador em uma localidade pode não ser na outra: “Os partidos, como as tendências no seio dos partidos, só têm existência relacional e seria vão tentar definir o que eles são e o que eles professam independentemente daquilo que são e professam os seus concorrentes no seio do mesmo campo.” (Bourdieu, 2021, p.183).

A partir da obra de Bourdieu (2011), nestes últimos anos, alguns autores têm apontado o surgimento de um novo campo: o digital. As pesquisas acerca do tema ainda são incipientes, mas já delimitam algumas características do que seria este novo campo em formação. Em um artigo de revisão bibliográfica, Dias, Cavalcanti e Fialho (2022) destacam que, apesar de não identificarem a utilização do termo nas bases de dados de artigos em português, seu uso é cada vez mais comum em outros países. Textos como os de Park (2017), Ragnedda (2018) e Ragnedda, Ruiu e Addeo (2020), recorrem à Bourdieu para conceituar o capital digital, correlacionando-o com outras formas de capital.

É importante observar que os autores entendem as desigualdades no campo digital como profundas e causadas por diversos fatores. “O capital digital é percebido como a acumulação das competências digitais e tecnologia digital, sendo um componente-chave na compreensão das desigualdades digitais” (Dias, Cavalcanti e Fialho, 2022). Dentre eles estão os técnicos, como o tipo de equipamento utilizado para se ter acesso à rede mundial de computadores, a qualidade da internet acessada e também fatores mais complexos, como o fato do usuário ser ou não um nativo digital. No mundo da política, importa saber se o candidato se lançou ou não na corrida eleitoral por meio da internet: se a relação do político com seu eleitorado é diferente quando fomentada na política tradicional, do comício e aperto de mão, ou na política digitalizada, da *live* e do bom manejo das redes sociais.

Em *Digital Capital*, Sora Park (2017) enfatiza a importância de se desenvolver habilidades e competências, tanto informacionais quanto digitais, que sirvam para usar as tecnologias de forma eficiente e, assim, equilibrar as desigualdades existentes. Mas, para muito além das investigações acerca das estratégias para expandir o capital digital do público,

parece imprescindível também elucidar qual é a natureza deste possível campo digital. Um campo que, ao que nos parece, incorpora uma nova esfera pública: a esfera pública conectada.

3.4 INTERNET, ESFERA PÚBLICA E ESFERA PÚBLICA CONECTADA

Vista como potencial agente influenciador de uma quebra de paradigma no campo político, a internet constitui, concomitantemente, espaço de novas oportunidades e novos desafios para atores alijados do processo político formal, como é o caso das mulheres. Isso acontece porque a nova mídia propõe novas formas de experimentar o que é público e o que é privado. Justamente o cenário que o feminismo defende. Afinal, uma das principais críticas da teoria feminista à ciência antropocêntrica diz respeito à divisão da vida cotidiana entre a esfera pública (espaço da política) e a privada (espaço do lar e da família). Essa premissa, conforme a teoria feminista, “corresponde a uma compreensão restrita da política, que, em nome da universalidade na esfera pública, define uma série de tópicos e experiências como privados e, como tal, não políticos” (Birolli, 2014, p.31).

A compreensão de que o que se passa na esfera doméstica compete apenas aos indivíduos que dela fazem parte serviu para bloquear a proteção àqueles mais vulneráveis nas relações de poder correntes. Serviu, também, para ofuscar as vinculações entre os papéis e as posições de poder na esfera privada e na esfera pública (Birolli, 2014, p.32).

A dualidade entre as esferas pública e privada se fundamenta, principalmente, na obra “Mudança estrutural da esfera pública”, lançada em 1962 por Jürgen Habermas. Nela, o autor afirma que o Iluminismo demarcou o início da decadência da vida pública, provocando, de forma perversa, uma inversão: a publicização da esfera privada e a privatização da vida pública (Oliveira e Fernandes, 2011, p.117). E esta decadência, segundo Habermas (2014), teve a mídia como elemento central.

O autor sustenta que, com a passagem do feudalismo para o capitalismo, os burgueses experimentam uma nova relação com o público e o privado, o que garantiu o surgimento das democracias modernas. Esta relação, segundo ele, pressupôs o surgimento da esfera pública burguesa, instância de debate e deliberação dos chefes de família, proprietários dos meios de produção: “A esfera pública burguesa desenvolvida fundamenta-se na identidade fictícia das pessoas privadas reunidas em um público em seu duplo papel de proprietários e de meros seres humanos” (Habermas, 2014, p.182). Neste espaço, estes proprietários discutiam os rumos da sociedade através de argumentos racionais, ou seja, por meio da razão. Para uma

Europa acostumada aos rompantes do absolutismo, foi uma mudança e tanto. O problema é que a mudança continuou em curso.

No esquema de Habermas, a esfera privada do início do capitalismo era formada tanto pela instância da vida íntima em família quanto pelo trabalho de troca de mercadorias. Já a esfera pública se dividia em duas instâncias: a literária e a política, sendo a primeira a que permitia a participação das mulheres e, a última, a que intermediava as relações entre o Estado e a sociedade. O surgimento dos meios de comunicação de massa, no limiar do século XX, mudou profundamente a essência desta esfera pública burguesa na visão do autor. Segundo Habermas (2014), o rádio, a televisão e o cinema ampliaram a chamada “opinião pública” para além dos homens proprietários, majoritariamente letrados: “O público ampliou-se, primeiro de modo informal, por meio da difusão da imprensa e da propaganda” (Habermas, 2014, p.309). Isso, conforme ele, fez com que os conflitos que antes ficavam restritos à esfera pública burguesa passassem a ser mediados pelo Estado. A esfera pública passou a mediar os interesses de classes e/ou grupos diferentes, como o das mulheres. Leis passaram a ser aprovadas sob a pressão das ruas, o que o autor não observa como positivo: “As leis, que surgem sob a ‘pressão das ruas’, dificilmente podem ser compreendidas a partir do consenso razoável de pessoas privadas discutindo publicamente. As leis correspondem, de modo mais ou menos franco, a compromissos entre interesses privados concorrentes” (Habermas, 2014, p.309).

O livro de Habermas (2014) tem sido criticado pelas intelectuais feministas desde o seu lançamento. Em um artigo em que pontua as vantagens e desvantagens do conceito do autor, Fraser (1996) afirma que a esfera pública de Habermas designa um tipo específico de interação discursiva:

Aqui a esfera pública conotava um ideal de discussão racional irrestrita dos assuntos públicos. A discussão deveria ser aberta e acessível a todos; meramente privada, interesses seriam inadmissíveis; as desigualdades de status deveriam ser colocadas entre parênteses; e os debatedores deveriam deliberar como pares (Fraser, 1996, p. 59).¹⁷

Ela se baseia na interpretação de autores como Joan Landes, Mary Ryan e Geoff Eley para defender que o relato de Habermas idealiza a esfera pública liberal. O argumento principal é que, mesmo sustentada em uma retórica de acessibilidade e publicidade, a esfera pública burguesa era bastante excludente. Dentre os muitos públicos dela excluídos estavam – e ainda estão – as mulheres. Ela cita Landes para afirmar que, ao contrário do que ocorria nos salões absolutistas, o discurso público predominante na esfera pública burguesa era mais

¹⁷ Tradução minha.

“racional”, “virtuoso” e “viril”, ou seja, um discurso que privilegiava as características masculinas em detrimento das femininas. A autora acrescenta que as esferas públicas faziam forte distinção entre públicos diversos, o que acarretou o fortalecimento do machismo inerente a elas: a “domesticidade feminina” era ressaltada em consonância com o discurso de que as mulheres deviam ater sua atuação à esfera privada do lar: “É uma medida do eventual sucesso deste projeto burguês que essas normas mais tarde se tornaram hegemônicas, ora impostas, ora abraçadas, por segmentos mais amplos da sociedade” (Fraser, 1996, p. 60)¹⁸.

Em *A invenção das mulheres: construindo um sentido africano para os discursos ocidentais de gênero*, Oyèrómké Oyewùmí (2021) afirma que a categoria mulher foi criada pelo colonizador europeu quando ele aportou na África e, a partir daí, impediu que as fêmeas ocupassem espaços de poder – como havia sido comum entre o povo iorubá até então.

A imposição do sistema de Estado europeu, com suas máquinas legais e burocráticas, é o legado mais duradouro do domínio colonial europeu na África. (...) Uma tradição que foi exportada para a África durante este período foi a exclusão das mulheres da recém-criada esfera pública colonial (Oyewùmí, 2021, p.188).

Fraser (1996), porém, não corrobora a afirmação comum à maioria dos críticos de Habermas de que as mulheres ficaram alijadas do debate público da época. Ela sustenta que Habermas não pesquisou as esferas públicas alternativas, como aquelas documentadas por Mary Ryan nos Estados Unidos do século XIX: associações civis de mulheres, notadamente de classe alta, que, para elas, constituíam vias de acesso ao debate público, embora estivessem excluídas da esfera pública oficial; ou mesmo os sindicatos, com suas greves e manifestações, no caso das mulheres da classe trabalhadora. A autora sustenta que, apesar de não terem direito ao voto, muitos públicos participam do debate público através de arenas públicas alternativas. Fraser (2016) ressalta, portanto, que o burguês não era o único público da esfera pública no seu início, como supunha Habermas. Segundo ela, eram vários os demais públicos concorrentes, como os camponeses, os trabalhadores e as mulheres.

Portanto, ela ataca, primeiro, a proposição de Habermas de que, na esfera pública, os interlocutores debatem como iguais. Segundo ela, as posições assimétricas vistas nas sociedades contemporâneas são reproduzidas na esfera pública, o que impede, por exemplo, um debate legítimo entre homens e mulheres, dado que estas últimas até hoje têm, no geral, baixa representatividade política. A autora ataca também a proposição dele de que exista apenas uma esfera pública nas democracias contemporâneas. Segundo ela, em sociedades

¹⁸ Tradução minha.

estratificadas e multiculturais, existem não apenas públicos diversos, mas também os contrapúblicos – o que amplifica o debate, inclusive na mídia. A feminista insiste ainda que a esfera pública não deve se dedicar apenas às questões relativas ao bem comum, mas também às questões privadas, como é o caso da violência doméstica.

No prefácio de uma nova edição de *Mudança estrutural da esfera pública*, lançada em 1990, o próprio Habermas reconhece muitas das falhas atribuídas a sua análise inicial sob o ponto de vista das mulheres. Em 1962, Habermas (2014) afirmava que, embora excluídas da esfera pública política, as mulheres participavam ativamente da esfera pública literária. Entretanto, de acordo com o autor, a produção intelectual feminista posterior ao lançamento do livro “aguçou a percepção para o caráter patriarcal da própria esfera pública – uma esfera pública que logo se estendeu para o público leitor, também constituído de mulheres, e assumiu funções políticas” (Habermas, 2014, p.44-5).

Se Habermas atribuiu ao surgimento da imprensa a responsabilidade por desfigurar a esfera pública burguesa, outros autores aprofundaram a análise para propor que cada tipo de mídia funda um tipo diferente de esfera pública, quase que à sua imagem e semelhança. É o caso de Eugênio Bucci (2009), que estudou a popularização da TV, na década de 1950, e afirma que ela mudou de forma irreversível o espaço público. O potencializador desta mudança, conforme o autor, foi o que ele chamou de a “instância da imagem ao vivo”. “A imagem ao vivo, em suma, trouxe um novo estatuto às formas de representação – sobretudo às formas jornalísticas de representação do mundo” (Bucci, 2009, p.66).

Bucci (2009) é bastante categórico ao reforçar a importância da comunicação na definição do espaço público, inclusive na forma de constituir-lo. “É a comunicação que institui o espaço público – jamais o contrário. É a dinâmica dessa comunicação que define o espaço público” (Bucci, 2009, p.70). Ele acrescenta que esta constituição se dá por meio de processos cheios de contradições, ocasionados pelas relações sociais, políticas, econômicas, históricas e até comunicacionais de cada tempo, mas jamais pela tecnologia em si. Por isso, Bucci (2009) sustenta que a internet “não revoga a instância da imagem ao vivo. (...) Ao contrário, só faz aprofundá-la, porque encurta ainda mais as distâncias e abrevia os prazos – tendência imperiosa que foi posta pela expansão da esfera pública a partir da instância da imagem ao vivo”. (Bucci, 2009, p.71).

A internet também evidencia muito bem o imbricamento entre as esferas pública e privada. Para Leal e Passos (2021), a crítica à dicotomia entre as duas esferas deve receber especial atenção em tempos de sociedade móvel conectada, em que o uso contínuo das redes sociais confunde ainda mais umas e outras.

Vendas como braço da esfera privada, em que é possível conectar amigos e aprofundar relações, estas redes sociais acabaram por se tornar braços potentes da esfera pública, onde cada vez mais se travam discussões que afetam, inclusive, não só a formação da opinião pública, mas o próprio comportamento eleitoral do cidadão, que as usa como importante, se não a principal, fonte de consulta para definição dos seus votos (Leal e Passos, 2021, p.7).

Mirando esta expansão da esfera pública em tempos de internet, Yochai Benkler (2006) propõe em *The wealth of networks* o conceito de esfera pública conectada para defender que a internet é muito mais democrática do que a mídia tradicional (Silveira, 2008, p.113). Segundo ele, se no passado o custo de ser ouvido na esfera pública era consideravelmente alto, a internet permite que novas vozes entrem em circulação, aumentando potencialmente a capacidade da sociedade civil de se manifestar. Entre essas vozes estão as dos movimentos feministas e anti-patriarcais, que conquistaram mais visibilidade e potencial de mobilização para a luta política na sociedade em rede (Castells, 1999).

Martino (2014) alerta que, por depender de pessoas, a internet não é uma esfera pública perfeita. “A internet cria as possibilidades de participação em uma Esfera Pública, mas não torna, imediatamente, todos os cidadãos em pessoas interessadas nos problemas coletivos” (Martino, 2014, p.113). De todo modo, ele antevê vantagens no seu uso para este fim. “A possibilidade de participação política criada pelas redes digitais abre caminhos para se pensar a noção de democracia e sua relação com a circulação de informações e a produção de conhecimento” (Martino, 2014, p.114).

3.5 CIBERCULTURA E CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Rüdiger (2013) afirma que a cibercultura pode ser entendida como “a formação histórica, ao mesmo tempo prática e simbólica, de cunho cotidiano, que se expande com base no desenvolvimento das novas tecnologias eletrônicas de comunicação” (Rüdiger, 2013, p.11). O autor reforça também que são múltiplos os olhares sobre esta nova formação histórica: “um campo de interrogação intelectual pujante, dividido em várias tendências de interpretação” (Rüdiger, 2013, p.7).

Segundo ele, estas múltiplas tendências de interpretação podem ser abarcadas em três grandes grupos: o dos populistas-tecnocráticos, que ressaltam os efeitos benéficos das novas tecnologias; o dos conservadores-midiáticos, que defendem que essas novas tecnologias são perigosas e trazem mais malefícios do que benefícios; e o dos cibercriticistas, caracterizados pelo “interesse em refletir sobre as conexões sobre cibercultura e poder político, social e

econômico, levando em conta os problemas e desafios que isso acarreta para o sujeito social” (Rüdiger, 2013, p.26).

As chamadas mídias sociais, ou redes sociais, são uma nova tendência da cibercultura surgida a partir dos anos 2000. Nas palavras de Rüdiger (2013):

São plataformas de comunicação que as pessoas sem conhecimento especializado se habilitam a operar mais ativamente com seus equipamentos e em que passam a interagir individual e colaborativamente umas com as outras, tais como o Facebook (2004) e o Youtube (2005), ou o Orkut (2004) e o Twitter (2006) ou ainda, a Wikipedia (Rüdiger, 2013, p.19-20).

Jenkins (2015) acredita que o debate que coloca em posições opostas as mídias convencionais e as chamadas novas mídias já nasceu superado. Para dar conta da complexidade do momento histórico, ele cunhou o conceito de “cultura da convergência”, um novo paradigma para compreender a transformação midiática nas sociedades contemporâneas. O entendimento do autor é que a convergência é menos uma transformação tecnológica e mais uma transformação cultural, já que “a circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores” (Jenkins, 2015, p.347).

No caso concreto, isso abre espaço para que, em um ambiente midiático altamente complexo como o atual, uma potencial candidata a vereadora em um rincão qualquer do Brasil profundo possa repercutir, nas suas redes sociais, uma posição feminista que ganhou visibilidade não só em um outro país, como também em uma outra mídia, de natureza mais ou menos tradicional, mais ou menos massificada. Da mesma forma, abre espaço para que as pesquisas sobre tendências atuais do feminismo possam ser apreendidas ou não nas redes sociais da mesma vereadora candidata em um dos rincões do Brasil.

Para Jenkins (2015), a cultura da convergência propicia a cultura participativa que contrasta com o velho entendimento sobre a passividade dos consumidores específicos da mídia convencional. E, como ele frisa, não ocorre em ferramentas tecnológicas, mas dentro dos cérebros de consumidores individuais e nas suas inserções com outros (Jenkins, 2015, p.359).

A convergência, portanto, está relacionada às mudanças culturais mais do que às transformações tecnológicas, embora seja propiciada por estas últimas:

Algumas das ideias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de várias plataformas de mídia, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento

das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias, e o comportamento migratório da audiência, que vai quase a qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que deseja. Talvez, num contexto mais amplo a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente. Convergência é entendida aqui como um processo contínuo ou uma série contínua de interstício entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa (Jenkins, 2015, p. 6673-6679).

Ela surge, portanto, em um ambiente social, cultural e tecnológico que alguns autores irão classificar como propício ao recrudescimento do processo de midiatização.

3.6 A MÍDIA DIGITAL COMO AGENTE ORGANIZADOR

Na obra *The Logic of Connective Action*, Lance W. Bennett e Alexandra Segerberg (2012) afirmam que a maneira usada na atual formação histórica para mobilizar as pessoas na internet está relacionada ao que chamam de ação conectiva, a lógica que explica o surgimento de uma política personalizada em rede digital, na qual diversos indivíduos abordam os problemas comuns de nossos tempos. Segundo os autores, há momentos em que a lógica da ação conectiva surge espontaneamente, quando pessoas sem vínculos formais, de várias partes do mundo, se unem em torno de causas como, por exemplo, a luta feminista. No entanto, também há casos em que lideranças formais, sejam elas políticas, partidárias, sindicais ou de movimentos sociais, simulam ações de comunicação personalizadas que estimulam a ação política. É o que seria, grosso modo, o objetivo de uma campanha política bem sucedida, seja ela restrita ao período eleitoral ou permanente.

Observando as redes de ações mediadas digitalmente que sustentaram protestos transnacionais, como o 15M, na Europa, o *Occupy Wall Street*, nos Estados Unidos, e o 8M, no Brasil, dentre outros, os pesquisadores apontaram algumas razões para o sucesso deles comparativamente com ações convencionalmente chamadas por políticos ou partidos. E isso está diretamente ligado ao uso ou não da lógica da ação conectiva, em detrimento do que chamam de lógica da ação coletiva. Essa última lógica, de estrutura centralizada, conchama o público a participar de suas ações por formas mais tradicionais, como a mídia convencional e o debate de ideias face a face.

Bennett e Segerberg (2012) lembram que as redes sempre fizeram parte da vida social, mas alertam que, na contemporaneidade, se tornam formas organizacionais que transcendem grupos e constituem organizações centrais por direito próprio. Assim, eles estabelecem os dois elementos principais das comunicações personalizadas que orientam a lógica da ação

comunicativa: 1) Conteúdo político na forma de ideias facilmente personalizadas, como os memes que compilam ideias que viajam o mundo em questão de segundos; (2) Várias tecnologias de comunicação pessoal que permitem o compartilhamento dessas temas, como as mídias sociais que permitem o compartilhamento dos memes.

Os autores também chamam a atenção para o fato de que a maioria das organizações políticas formais descobriu que a crescente sofisticação e onipresença das mídias sociais podem reduzir os custos operacionais delas mesmas e do público que as formam. Além disso, “o modelo alternativo emergente que chamamos de lógica da ação conectiva aplica-se cada vez mais à vida nas sociedades modernas tardias, nas quais as organizações estão perdendo o controle sobre os indivíduos e os laços fortes de grupo estão sendo substituídas por redes sociais fluidas e de larga escala (Castells, 2000).

Os autores também estabelecem marcos das diferenças entre ação coletiva e ação conectiva, além de apontarem as utilizações híbridas de ambas. “A lógica de ação mais familiar é a lógica da ação coletiva, que enfatiza os problemas de conseguir que os indivíduos contribuam para o esforço coletivo” (Bennett e Segerberg, 2012, p.749¹⁹). Para eles, a ação coletiva requer “níveis variados de mobilização de recursos organizacionais implantados na organização, liderança, desenvolvimento de enquadramentos de ação comuns e intermediação para superar as diferenças organizacionais” (Bennett e Segerberg, 2012, p.751²⁰). No nível individual, valem os relacionamentos e as conexões de redes sociais. Já no nível organizacional, o trabalho estratégico de intermediação e coalizões entre organizações com diferentes pontos de vista e constituintes tornam-se a atividade central.

“A lógica da ação conectiva coloca em primeiro plano um conjunto diferente de dinâmicas (...) No cerne dessa lógica está o reconhecimento da mídia digital como agente organizador” (Bennett e Segerberg, 2012, p.752²¹). Isso ocorre, entre outros motivos, porque as redes sociais ultrapassam as fronteiras entre público e privado. E também porque os conteúdos não são divulgados de forma centralizada por organizações ou indivíduos, mas a partir de princípios colaborativos de construção das mensagens.

Vale frisar que nem toda comunicação dos nossos tempos é construída assim: os autores alegam que a maioria dos jornais *online*, blogs ou sites de campanhas políticas reproduzem a “lógica do mundo de tijolo e argamassa”. No entanto, outros atores trabalham com uma lógica que incentiva as pessoas a ajudarem a reproduzir, repostar e recriar

¹⁹ Tradução minha.

²⁰ Tradução minha.

²¹ Tradução minha.

conteúdos. “Nessa lógica conectiva, realizar uma ação pública ou contribuir para um bem torna-se um ato de expressão pessoal e reconhecimento ou autovalidação alcançada pelo compartilhamento de ideias e ações em relacionamentos de confiança (Bennett e Segerberg, 2012, p.752 e 753). Em resumo, o ponto de partida da ação conectiva é a auto-motivação.

Bennet e Segerberg (2012) sempre fazem questão de ressaltar que as redes são estruturas organizacionais em si mesmas. Para isso, eles lançam mão da Teoria Ator-Rede (TAR), de Bruno Latour (1994) para posicionar as redes como atores do processo de comunicação no mesmo patamar dos humanos. Afinal, com a TAR, Latour (1994) critica a ciência antropocêntrica, que tem no homem seu único sujeito, designando aos animais e coisas apenas o papel de objeto:

O humano, como podemos compreender agora, só pode ser captado e preservado se devolvermos a ele esta outra metade de si mesmo, a parte das coisas. Enquanto o humanismo for feito por contraste com o objeto abandonado à epistemologia, não compreenderemos nem o humano, nem o não-humano (Latour, 1994, p.134).

Na esteira de Latour, Lemos (2013) afirma que, na comunicação, a separação entre humanos e não-humanos parece ser um dogma.

Se olharmos o nosso mundo (o que está mesmo ao nosso redor), só vemos híbridos criados por contínuas mediações, delegações, inscrições de uns (humanos ou não-humanos) nos outros (não-humanos ou humanos) produzindo redes e associações. Tudo está neste movimento (Lemos, 2013, p.22 e 23).

Voltando a Bennett e Segerberg (2012), é importante destacar que as redes abrigam de ambientes de reunião a eventos *online*, com formas específicas de conduzi-los. Nas eleições brasileiras de 2020, ocorreram inclusive convenções partidárias *online*, permitidas pelos legisladores em função da pandemia da Covid-19. Importante ressaltar que toda esta atividade *online* gera dados, estes dados deixam vestígios que podem funcionar como “registros de memórias” (Bennett e Segerberg, 2012, p.753²²). Esse híbrido de humano e não humano, o tal “registro de memórias” amplia as possibilidades de rastreabilidade. Isso acontece também nas redes sociais, permitindo, por exemplo, que seja possível acessar dados em plataformas como o Facebook que recuperam momentos passados da história. Um exemplo bastante usado no

²² Tradução minha.

meio político é o *#bt*²³. Note que a hashtag é uma ferramenta que indexa conteúdos e amplia ainda maior a possibilidade de rastreio.

Os autores propõem, por fim, três tipologias para as ações e mobilização em grande escala via redes sociais: a ação coletiva e duas modalidades de ação conectiva: em um extremo, está a ação coletiva centralizada por sindicatos, partidos políticos ou movimentos sociais. No outro, a ação conectiva articulada sem lideranças. Entre elas, está o padrão híbrido, que tem organização formal, mas permite a criação de redes mais fluidas, ou como “laços frouxos” na expressão dos autores. Neste último caso, os laços frouxos podem ser construídos tanto entre indivíduos como entre organizações.

Os autores atestam que as organizações que querem mobilizar grandes públicos nesta era da comunicação em rede estão cada vez mais abrindo mão do controle em favor da mobilização. Eles ressaltam, porém, que a vida real é mais abrangente do que as três tipologias propostas. Em muitos casos, elas convivem lado a lado, dificultando a análise. “Como resultado, embora argumentemos que essas redes são uma forma organizacional em si mesmas, muitas vezes são difíceis de entender e mais difíceis de analisar porque não se comportam como organizações formais” (Bennett e Segerberg, 2012, p.760²⁴).

3.7 A RELAÇÃO DIALÉTICA ENTRE A EXPLOÇÃO DO FEMINISMO COMO MOVIMENTO DE MASSA E O CRESCIMENTO DO NEOCONSERVADORISMO

Em *O poder da identidade*, o segundo volume da trilogia *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, Manuel Castells (1999) apresentava o movimento feminista como um exemplo do quanto a sociedade em rede pode favorecer a luta coletiva. Entretanto, ele mesmo afirmava, naquela época, que ainda não era possível prever se a internet jogaria a pá de cal no patriarcado. Para Castells (1999), o futuro da ferramenta que atraía a atenção do mundo ainda estava em disputa.

A filósofa Nancy Fraser (2019) não atribui especificamente à internet o sucesso avassalador que o movimento feminista obteve no fim do milênio. Segundo ela, o processo de ascensão do movimento começou bem antes: depois de ganhar as ruas nos anos 1960, no movimento conhecido como segunda onda²⁵, o feminismo conseguiu se popularizar a ponto de

²³ É uma abreviação da expressão em inglês “throwback thursday”, que significa, em tradução livre, “quinta-feira do regresso”. Nas redes sociais, isso equivale ao costume de repostar conteúdos antigos às quintas-feiras.

²⁴ Tradução minha.

²⁵ Irze Zilbel (2021) afirma que a metáfora da onda para indicar os diferentes períodos do feminismo surgiu em 1968, quando a feminista Martha Weinman Lear escreveu um artigo no New York Times chamado: “A segunda onda feminista”. O objetivo era caracterizar uma nova ofensiva da luta das mulheres, depois da primeira, iniciada no final do século XIX e início do XX, que lhes garantiu o direito de votar. Iniciada no início dos anos 1960, a

transformar-se em um movimento de massa na contemporaneidade, capaz de mobilizar adeptos em todo o mundo e impactar a agenda pública das democracias. Entretanto, sem se dar conta, o movimento também incorporou o “espírito do capitalismo” que antes combatia. “As mudanças culturais impulsionadas pela segunda onda, que eram em si saudáveis, serviram para legitimar uma transformação estrutural na sociedade capitalista que avança diretamente contra as visões feministas de uma sociedade justa” (Fraser, 2019, p. 27).

Hollanda (2019) define assim o pressuposto teórico de Fraser:

Nancy demonstra detalhadamente como o feminismo que começa expondo o forte androcentrismo do capitalismo e propondo a transformação da sociedade capitalista em suas raízes mais profundas, progressivamente se desdobra em lutas pelo reconhecimento identitário, pela representação e pela participação. A justiça de gênero encaminha-se, em sintonia com a economia neoliberal para o reconhecimento da diferença, eixo da gramática feminista na virada do século XX para o XXI (Hollanda, 2019, p. 10).

Em outras palavras, no movimento que Fraser chama de “astúcia da história”²⁶, o feminismo também fortaleceu o próprio capitalismo que ele combatia, empunhando pautas identitárias, em vez de lutar por uma mudança radical da estrutura social. “Por mais desconfortável que seja, acredito que a segunda onda do feminismo fortaleceu involuntariamente um ingrediente-chave do novo espírito do neoliberalismo (Fraser, 2019, p. 39).

Por isso, em um manifesto²⁷ escrito em parceria com Cinzia Arruzza e Tithi Bhattacharya, Fraser (2019) defende não aquele feminismo adotado pelas empresas transnacionais que divulgam cotas para mulheres como forma de construir uma imagem de apoio à diversidade, mas sim um feminismo mais radical e transformador, que impacte na vida daqueles 99% alijados da produção da riqueza global, ou seja, não só para as mulheres, mas para todos aqueles expropriados pelo patriarcado e pelo capitalismo – sistemas sociais e econômicos pouco inclusivos e provocadores de desigualdades.

chamada segunda onda perdurou até os anos 1980, pregou a sororidade e reivindicou direitos iguais aos dos homens no mercado de trabalho e nos costumes. No Brasil, em função do contexto da ditadura militar, a segunda onda chegou com atraso, nos anos 1970, e inspirou movimentos de mulheres, inclusive de busca pelos desaparecidos políticos da ditadura e pela anistia. A terceira onda é considerada a que institucionalizou o feminismo nas universidades e centros de pesquisas, a partir da década de 1980. E a quarta onda seria aquela verificada no início deste século, com um feminismo de massa ocupando a internet e as redes sociais. Entretanto, a classificação desta última não é consensual.

²⁶ O texto foi originalmente publicado com o título “Feminism, Capitalism and the gunning of history”, na *New Left Review*, em 2009.

²⁷ “Feminismo para os 99%: um manifesto” (ARUZZA; BHATTACHARYA; FRASER, 2019) foi publicado concomitantemente em vários países, inclusive no Brasil, em fevereiro de 2019.

Em obra mais recente, Fraser (2024) aprofunda sua análise sobre o que considera a virada do feminismo contemporâneo, classificando-o nos três atos expostos antes por Hollanda (2019): redistribuição, reconhecimento e representação. Segundo ela, nos anos 1960, o feminismo alimentava o imaginário socialista a partir de uma proposta mais igualitária de vida, tendo como base a redistribuição das riquezas, por meio de mecanismos que pudessem combater, por exemplo, a divisão sexual do trabalho. Era portanto, um feminismo mais radical, que atacava a desigualdade econômica inerente ao capitalismo.

A partir dos anos 1980, porém, o naufrágio da experiência socialista da União Soviética, a ascensão do neoliberalismo e a aceleração da globalização tiraram do horizonte a legitimidade da luta pela redistribuição das riquezas e das oportunidades. E, a partir daí, o feminismo mudou seu foco para o da luta pelo “reconhecimento”.

No contexto do fim do século, a virada para o reconhecimento encaixou-se perfeitamente num neoliberalismo ascendente que não queria nada mais que reprimir toda a memória do igualitarismo social. O resultado foi uma trágica ironia histórica. em vez de chegarem a um paradigma mais amplo e rico que pudesse abranger tanto a redistribuição como o reconhecimento, as feministas efetivamente trocaram um paradigma truncado por outro - um economicismo truncado por um culturalismo truncado (Fraser, 2024, p.15).

Hoje, a autora questiona como o feminismo pode ajudar a promover uma participação igualitária em nível mundial, dado que as esferas de poder estão cada vez mais ultrapassando as barreiras dos Estados-nações. O principal caminho apontado é o que aglutina o feminismo a outros movimentos emancipatórios, a outras forças anticapitalistas, com o propósito de conquistar mais representatividade, tendo no horizonte que o neoliberalismo é um inimigo a ser combatido.

O combate ao neoliberalismo está diretamente ligado ao enfrentamento ao neoconservadorismo que tanto impacta a luta das mulheres. Um neoconservadorismo que possui sólida base cristã, é transnacional e tem no combate da chamada ideologia de gênero sua principal bandeira (Biroli; Machado; Vaggione, 2020). Segundo Esther Solano Gallego (2018), ele também pauta a agenda pública da “desdemocratização”, cerne da virada hegemônica contrária aos ideais mais progressistas.

O neoconservadorismo impacta cada vez mais a agenda política brasileira, promovendo retrocessos inegáveis na luta das mulheres. Exemplo é o deslocamento do poder político central do país das mãos do grupo representado pela primeira e única mulher eleita presidente da República, a ex-presidenta Dilma Rousseff (PT), por meio de um golpe de

Estado disfarçado de impeachment, efetivado em 31 de agosto de 2016, para as do grupo mais ultraconservador já visto desde a ditadura militar, o do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL). Este último, um grupo comprometido com uma moral sexual retrógrada e excludente, centrada em um modelo único de família que escolheu a “ideologia de gênero” e a diversidade como seus inimigos e que delegou às mulheres o papel de “belas, recatadas e do lar” (Quinalha, 2016, p.131).

Outro exemplo importante do quanto o neoconservadorismo é excludente e perigoso para quem ameaça os ditames do patriarcado é o assassinato da presidente da comissão de Direitos Humanos da Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro, vereadora Marielle Franco (PSOL), em 14 de março de 2018, cujos responsáveis só foram devidamente identificados e presos em 2024, após a presidência do Brasil retornar às mãos de um governo de natureza mais progressista. No início de 2025, ainda aguardavam julgamento.

Marielle Franco e Dilma Rousseff tiveram suas trajetórias políticas interrompidas, uma delas de forma fatal por meio de um assassinato, e outra por uma série de condutas e alianças políticas e da sociedade, que impediram a continuação do seu governo. Ficou claro o silenciamento de Marielle e o que ela representava como lésbica, favelada, negra, mãe e a quinta vereadora com mais votos do Rio de Janeiro, defendendo ao longo de sua vida política as pautas dos direitos humanos. E também a retomada do poder para os homens brancos por meio do duro golpe que impactou o segundo mandato de Dilma (Ribeiro, 2018, p.133).

Mesmo o retorno do presidente Lula à presidência da República, em 2023, não conseguiu frear os ataques neoconservadores às pautas das mulheres. Refém de um Congresso nada afeito às pautas progressistas, o governo Lula tem sido obrigado a negociar reiteradamente retrocessos em pautas sensíveis, como, por exemplo, a do direito ao aborto. Nas demais esferas de governo, o neoconservadorismo avança. As eleições de 2024 representaram mais espaço para mulheres vereadoras e prefeitas nas esferas de poder político, mas majoritariamente mulheres do centrão, da direita e da extrema-direita que não empunham bandeiras mais radicais da luta histórica das mulheres. Ao contrário, muitas delas defendem, inclusive, a supremacia masculina na esfera pública. Soma-se a este estado de coisas os sistemáticos ataques à democracia, articulados por homens brancos, autodeclarados heterossexuais e cristãos, que resultaram na tentativa de golpe que cogitava assassinar o presidente da República, seu vice, Geraldo Alckmin, e o presidente do TSE, Alexandre de Moraes.

3.8 FEMINISMO E SUB-REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NA POLÍTICA

Marques (2019) sustenta que “os estudiosos são unânimes em afirmar que o voto não é sinônimo de democracia, embora seja pré-requisito para um sistema político realmente democrático” (Marques, 2019, p. 87). Por isso, a reivindicação do direito da mulher ao voto está no cerne do feminismo e foi sua principal bandeira durante várias décadas. “Da metade do século XIX até as primeiras décadas do século XX, o sufragismo foi a face pública das reivindicações feministas” (Miguel, 2014, p. 93).

A participação das mulheres no processo político passou a ser tema de debates a partir da Revolução Francesa, quando a palavra “igualdade” se incorporou à incipiente esfera pública. E a época em que elas passaram a participar da cena política variou de país para país. Marques (2019) esclarece que, em alguns deles, o direito ao voto foi conquistado no final do século XVIII. No Brasil, entretanto, foi apenas em 1932 (Marques, 2019, p. 8).

O debate sobre direitos femininos à luz do que ocorria na Europa pós-Revolução Francesa só teve início no país quando Nísia Floresta publicou no Recife, em 1832, uma tradução livre da obra *A reivindicação dos direitos da mulher*, lançada pela inglesa Mary Wollstonecraft, em 1792. A obra rebatia o pensamento comum à época de que a mulher era inferior ao homem, que tinha como principal porta-voz o renomado filósofo Jean Jacques Rousseau.

No Brasil, em 1881, uma reforma eleitoral materializada pelo Decreto 3.029 instituiu às mulheres diplomadas o direito ao voto. Entretanto, a dentista Izabel de Souza Mattos, apesar de ter conseguido o registro de eleitora, foi impedida de exercer esse direito pelo presidente da seção eleitoral a que ela estava vinculada.

Em dezembro de 1888, a professora Josefina Álvares de Azevedo passou a publicar o jornal sufragista *A Família*, diário feito em São Paulo. No ano seguinte, ela se mudou para o Rio de Janeiro e a publicação passou a receber contribuições de muitas outras feministas. Vários outros jornais femininos e feministas surgiram, nesta época, em diferentes cidades do país, pautando o direito das mulheres ao voto.

A chegada da República trouxe consigo uma nova constituinte, mas o texto final não deixou claro se os direitos políticos das mulheres deveriam valer. Portanto, na prática, foram mais uma vez negados. No início do século XX, a luta pelo sufrágio universal ganhou as ruas. No carnaval carioca de 1917, Leolinda Daltro organizou o carro alegórico chamado *O Voto Feminino*. Depois que o Brasil decidiu participar da 1ª Guerra Mundial, ela passou a organizar aulas de esgrima para meninas.

Outra feminista que obteve destaque na imprensa sufragista da época foi Bertha Luz, uma pacifista que ajudou a fundar a Liga para Emancipação Intelectual das Mulheres, no Rio de Janeiro. A Liga passou a se chamar Federação Brasileira pelo Progresso Feminino (FBPF) em 1922. Naquele mesmo ano, promoveu o Primeiro Congresso Internacional Feminista. O sufrágio universal, porém, continuava fora da legislação brasileira.

Em 1928, o ex-senador Juvenal Lamartine de Faria se elegeu governador do Rio Grande do Norte e permitiu o voto feminino naquela unidade da Federação, com apoio do Judiciário Estadual. Mas o tema voltou ao Senado, que decidiu contrariamente à deliberação estadual. Impedidas de votar e de concorrerem a cargos públicos, as mulheres passaram a protestar contra isso requerendo títulos de eleitoras nos cartórios eleitorais, que lhes eram sempre negados.

Com a chegada de Getúlio Vargas ao poder, em 1930, as sufragistas ganharam um poderoso aliado. No ano seguinte, ele “recebeu as convidadas do Segundo Congresso Internacional Feminista no Palácio do Catete e manifestou simpatia à causa” (Marques, 2019, p.73). Vargas constituiu uma comissão de juristas para reformar o sistema eleitoral brasileiro e recebeu do Congresso um documento atestando a necessidade de permitir o direito ao voto às mulheres. A comissão, porém, aprovou o voto feminino com restrições: apenas as mulheres solteiras ou viúvas com renda própria poderiam votar. “As mulheres casadas, mesmo que tivessem renda própria fruto de atividade profissional, só poderiam votar com autorização do marido (Marques, 2019, p.73). Vargas, entretanto, ouviu o apelo das sufragistas, revisou o texto formulado pela comissão e permitiu a participação política das mulheres sem restrições²⁸. Assim, elas passaram a poder votar e serem votadas no Brasil.

Nas eleições de 3 de maio de 1933 para compor a Assembleia Constituinte, sete mulheres concorreram, todas elas pelo Distrito Federal, que àquela época ficava no Rio de Janeiro. Nenhuma saiu vitoriosa, mas Bertha Lutz foi eleita para a primeira suplência do Partido Autonomista, pelo qual se candidatou. A primeira deputada a assumir o cargo no país foi a médica e professora Carlota Pereira de Queirós, que obteve a terceira maior votação no Estado de São Paulo. Nas eleições para o parlamento de 1934, Carlota foi reeleita e Bertha novamente suplente. Acabou assumindo a vaga por causa da morte do titular. A partir daí, as mulheres passaram a ter espaço reconhecido na política:

Integradas à vida partidária, as mulheres disputaram cadeiras na Câmara Federal, nas assembleias estaduais e nas municipais. Destaca-se o nome de

²⁸ Especula-se que Vargas tenha atendido ao apelo das sufragistas brasileiras para aumentar seu eleitorado. Simpático aos nazista e protagosnista de uma ditadura que durou 8 anos, ele não passou para a posteridade como o democrata que a atitude pode fazer parecer.

Ivete Vargas, que exerceu mandato de deputada pelo PTB desde outubro de 1950 até dezembro de 1968, quando teve seus direitos políticos cassados pelo Ato Institucional nº 5 ((Marques, 2019, p.85).

A luta para que este espaço fosse equivalente àquele ocupado pelos homens, porém, continua em curso. Apenas 78 anos depois o país elegeu a primeira mulher presidenta da República, Dilma Rousseff (PT). O desfecho da história não foi nada favorável às lutas das mulheres. No seu segundo mandato, ela sofreu um golpe de Estado disfarçado de *impeachment*.

Desde a campanha eleitoral de 2009, quando concorreu com José Serra (PSDB), Dilma passou a experimentar uma tentativa de deslegitimação contínua, com base, inclusive, no fato de ser mulher. Ela foi acusada de ser técnica, e não política - dado que a esfera da política é historicamente destinada apenas aos homens. Também foi impelida por forte pressão conservadora a se posicionar contrariamente sobre o aborto. Nada disso, porém, tirou o brilho da vitória simbólica experimentada pelas mulheres com a eleição de Dilma para a presidência da República. No seu discurso, ela citou com emoção a importância da luta histórica da data para a luta das mulheres:

Venho para abrir portas, para que muitas outras mulheres também possam, no futuro, ser Presidentas e para que, no dia de hoje, todas as mulheres brasileiras sintam o orgulho e a alegria de ser mulher. Não venho para enaltecer a minha biografia, mas para glorificar a vida de cada mulher brasileira. Meu compromisso supremo, reitero, é honrar as mulheres, proteger os mais frágeis e governar para todos²⁹ (Rousseff, 2011).

O desfecho da passagem de Rousseff pela política é mais do que sabido. Portanto, fato é que, mesmo 90 anos depois da conquista do direito ao voto, as mulheres brasileiras continuam sub-representadas na política. O Brasil é o 142º país em desigualdade de gênero na política em um ranking de 192³⁰. Por isso, o aumento da representatividade feminina na política é considerado pauta principal do feminismo contemporâneo, especialmente do final do século passado até agora. “A ressignificação dos espaços de poder é urgente para que seja possível a multiplicidade de vozes que compõem a sociedade, a fim de possibilitar outros

²⁹ Disponível em

<https://www.biblioteca.presidencia.gov.br/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-durante-compromisso-constitucional-perante-o-congresso-nacional>

³⁰A relação foi atualizada pela União Interparlamentar em outubro de 2021, com base na composição dos parlamentos de cada país na esfera federal. Na América Latina, só o Haiti fica atrás do Brasil.

olhares e sujeitos que foram historicamente excluídos desses processos” (Ribeiro, 2016, p. 129).

O desejo de maior representatividade política da mulher suscita diversas discussões no âmbito do feminismo. E posicionamentos contraditórios também. A chamada “política da presença”³¹, entretanto, pode ser apontada como um dos raros consensos que mobilizam do feminismo marxista ao neoliberal: há entendimento geral de que as mulheres precisam ocupar mais espaço dentro da política institucionalizada. E, para viabilizar isso, aceita-se a utilização de instrumentos polêmicos como as cotas eleitorais, por exemplo. Cotas estas que os marxistas mais ortodoxos criticam por entenderem que uma mulher nem sempre defende as bandeiras das causas feministas e que os liberais mais extremados condenam por impedir que as mulheres, que já têm direito a voto assegurado, escolham seus representantes como bem entenderem, inclusive não tendo a questão de gênero como parâmetro.

Neste percurso histórico da luta das mulheres por maior representatividade política, são inegáveis as contribuições teóricas do feminismo. Ao mirar a luta contra o patriarcado, o feminismo acabou por desvelar grande parte das discussões acerca das estruturas de poder na sociedade contemporânea. Por isso, tornou-se central para a compreensão também da política. Não é mais possível discutir a teoria política ignorando ou relegando às margens a teoria feminista, que, neste sentido, é um pensamento que parte das questões de gênero, mas vai além delas, reorientando todos os nossos valores e critérios de análise (Biroli e Miguel, 2014, p.17).

3.9 FEMINISMOS E POLÍTICAS IDENTITÁRIAS

O tema da construção da identidade é uma das contribuições fundamentais do feminismo ao pensamento contemporâneo, desde que Simone de Beauvoir (2009) afirmou ao mundo que “ninguém nasce mulher; torna-se”, jogando luz sobre como uma categoria historicamente tida como natural e biológica – o sexo – é construída socialmente pelo discurso, dentro dos processos históricos.

Este entendimento de que a identidade é uma produção social, sempre relacional, é ponto de interseção do feminismo com os Estudos Culturais.

³¹ Proposta por Anne Phillips, a política da presença tem por objetivo corrigir alguns dos vieses da representação política por meio de mecanismos descritivos, como as cotas. Segundo Miguel (2014), a autora é muito cuidadosa em insistir que não prega a substituição de uma política de ideias, vinculadas aos valores e proposta dos representantes. Para ela, a política da presença seria um momento de transição do “pluralismo convencional”, preocupado com grupos de interesse, ao “pluralismo radical”, atento aos grupos de identidade (MIGUEL, 2014, p.18).

As identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social. A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença (Woodward, 2014, p.40).

Ortiz (2006) destaca que “toda identidade se define em relação a algo que lhe é exterior, ela é uma diferença” (Ortiz, 2006, p.7), mas acrescenta ainda que a identidade possui uma outra dimensão, que é interna: “Dizer que somos diferentes não basta, é necessário mostrar em que nos identificamos” (Ortiz, 2006, p. 7-8). Este ponto, inclusive, é crucial na construção das representações políticas midiaticizadas.

Nos anos 60, as lealdades tradicionais dos movimentos sociais, fortemente influenciadas pelo marxismo e baseadas na concepção de classe, começaram a ser questionadas pelos movimentos reivindicatórios que tinham nas discussões acerca da identidade seu principal horizonte para a ação política. Os movimentos feministas, portanto, dirigiam-se prioritariamente às mulheres (Woodward, 2014). Da mesma forma, grupos como os negros e a população LGBTQIA+ desenvolviam estratégias diferentes.

Essas estratégias passaram a compor a ação política de cada um desses grupos e foram chamadas de políticas identitárias (Alves e Alkmin, 2021, p.637). A princípio, foram muito bem recebidas pelos movimentos reivindicatórios dos grupos minorizados, dado que lutavam pelo direito à voz e ao tratamento igualitário para cada um deles. Com o passar das décadas, porém, as críticas às chamadas políticas identitárias foram se avolumando.

Isso ocorre porque as políticas identitárias também propõem desafios a serem enfrentados. Um deles é o fato de que, da mesma forma com que elas servem à luta pela emancipação dos grupos minorizados, também podem servir a grupos de extrema-direita que se mobilizam por nacionalismos xenófobos e pautas como a supremacia branca (Alves e Alkmin, 2021).

Um outro desafio - e neste caso bem mais presente no campo progressista - é o aspecto essencialista dessas políticas identitárias, que atribui a determinados grupos características natas ou imutáveis, ou seja, não construídas socialmente. No caso dos feminismos, por exemplo, é comum a crença de que as mulheres desempenham funções públicas melhores do que os homens por conta do “instinto maternal”³², que faz com que se preocupem mais com o coletivo.

³² Miguel lembra que até mesmo o chamado “instinto maternal”, que para o discurso convencional é a quintessência da natureza da mulher, foi revelado como produto histórico. Como referência, ele aponta a obra *Un amour enplus: histoire de l'amourmaternel*, de Elizabeth Badinter, publicada em 1980 (Miguel, 2014, p.80).

Além do fato de que ser mulher é uma construção social, o contraponto a este entendimento é a defesa de que as identidades não são essências fixas. Ao contrário, elas mudam e se alternam a todo momento na pós-modernidade (Hall, 1999, 2014; Butler, 2015). Dessa forma, as mulheres não teriam lealdade apenas ao seu gênero, mas também a diversas outras das suas identidades múltiplas. Isso explicaria questões cruciais à causa feminina, como o fato das mulheres negras reivindicarem o direito de pensar o mundo e lutar por seus direitos de forma independente das mulheres brancas e mesmo o fato de mulheres preferirem eleger homens, privilegiando outros tipos de lealdade política ou outras facetas da sua identidade do que necessariamente o gênero. Nas palavras de Hall (2014),

Essa concepção aceita que as identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas; que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicos. As identidades estão sujeitas a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação (Hall, 2014, p. 108).

Em função disso, é na teoria feminista mais contemporânea que o autor busca a solução para a problematização acerca da “identidade”, um conceito que ele define, tomando empréstimo da expressão de Derrida, como “sobre rasura”: “A identidade é um desses conceitos que operam ‘sob rasura’, no intervalo entre a inversão e a emergência: que não pode ser pensada da forma antiga, mas sem a qual certas questões-chaves não podem ser sequer pensadas” (Hall, 2014, p.104).

Para o autor, a melhor contribuição para a discussão do tema está na obra de Judith Butler, já que ela critica as políticas identitárias convencionais justamente por tratarem características de grupos minorizados como aspectos essencialistas. Para ela, a questão da identidade está ligada à performatividade, ou seja, é constantemente renovada ou reconstruída.

Nas palavras de Butler (*apud* Hall, 2014):

As identificações pertencem ao imaginário; elas são esforços fantasmáticos de alinhamento, de lealdades, de coabitações ambíguas e intercorporais. Elas desestabilizam o eu; elas são a sedimentação do “nós” na constituição de qualquer eu; elas constituem a estruturação presente da alteridade, contida na formulação do eu. As identificações não são, nunca, plenamente e finalmente feitas; elas são incessantemente reconstituídas e, como tal, estão sujeitas à lógica volátil da iterabilidade. Elas são aquilo que é constantemente arregimentado, consolidado, reduzido, contestado e, ocasionalmente, obrigado a capitular (Butler, *apud* Hall, 2014, p.130).

Em diferentes campos dos feminismos da contemporaneidade, a percepção de que a categoria “mulher” é uma construção social é unívoca e é assim reconhecida até mesmo para aqueles projetos teóricos que se propõem a refutá-la. Monique Wittig (2019) lembra um ponto crucial: o enfoque feminista materialista da opressão feminina rompe definitivamente com a ideia de que mulheres são um grupo natural ou mesmo uma classe política autônoma.

Nossa primeira tarefa, ao que parece, é desassociar completamente “mulheres” (a classe dentro da qual lutamos) de “mulher”, o mito. Pois “mulher” não existe para nós, é apenas uma formação imaginária, enquanto “mulheres” são produtos de uma relação social (Wittig, 2019, p.88).

No seu perturbador e polêmico *Manifesto Ciborgue: Ciência, Tecnologia e Feminismo-Socialista do Século XX*, quando Donna Haraway (2019) propõe que a identidade de “mulher” seja refutada em um tempo em que homens, mulheres e máquinas se fundem cada vez mais, é na investigação acerca da identidade que pauta seus argumentos. “As feministas-ciborgue têm que argumentar que “nós” não queremos mais nenhuma matriz identitária natural e que nenhuma construção é uma totalidade” (Haraway, 2019, p.169). Para a autora, o caminho da ação política contemporânea é “a afinidade em vez da identidade” (Haraway, p.166).

Butler (2019) propõe a coalização como horizonte político do feminismo, buscando sempre somar com outras categorias minorizadas.

Para que a luta pelos direitos das minorias sexuais e de gênero seja uma luta por justiça social, isto é, para que ela seja caracterizada como um projeto democrático radical, é necessário perceber que somos apenas uma das populações que têm sido, e continuam sendo, expostas a condições precárias e de perda de direitos. Além disso, os direitos pelos quais lutamos são direitos plurais, e essa pluralidade não está circunscrita, de antemão, pela identidade; isto é, não constitui uma luta apenas de determinadas identidades, e certamente é uma luta que procura expandir aquilo a que nos referimos quando falamos de “nós” (Butler, 2019, p. 75).

Uma perspectiva teórica e metodológica que dialoga com a ideia de identidades múltiplas, buscando assim coalizões que ampliam o conceito de “nós” em detrimento do de “eles”, é a categorização interseccional.

A interseccionalidade investiga como as relações interseccionais de poder influenciam as relações sociais em sociedades marcadas pela diversidade, bem como as experiências individuais na vida cotidiana. Como ferramenta analítica, a interseccionalidade considera as categorias de raça, classe, gênero, orientação sexual, nacionalidade, capacidade, etnia e faixa etária – entre outras – são inter-relacionadas e moldam-se mutuamente. A

interseccionalidade é uma forma de entender e explicar a complexidade do mundo, das pessoas e das experiências humanas (Collins e Bilge, 2021, p.244).

Não por acaso, foi a interseccionalidade que abriu espaço para a virada epistemológica que levou ao feminismo decolonial, produto da chamada 4ª onda do feminismo, cuja marca mais forte “é a potencialização política e estratégica de vozes dos diversos segmentos feministas interseccionais e de múltiplas configurações identitárias e da demanda por seus lugares de fala” (Hollanda, 2020, p.12).

No capítulo seguinte, mostraremos como todo este arcabouço teórico se articula com a metodologia adotada na pesquisa, justificando tanto a escolha da análise de conteúdo como método principal quanto sustentando o entendimento dado às categorias dos feminismos adotadas.

4 FEMINISMO OU FEMINISMOS: AS CATEGORIAS PARA AFERI-LOS NAS NARRATIVAS MIDIÁTICAS DA CONTEMPORANEIDADE

Neste capítulo, detalhamos como e por que se deu a escolha do método de pesquisa aqui apontado e explicamos como ele foi aplicado ao objeto escolhido. Isso passa pela conceituação da análise de conteúdo proposta por Bardin (2016) e atualizada para o contexto brasileiro contemporâneo por Sampaio (2021). Passa também pela elaboração de uma espécie de dicionário básico sobre as categorias dos feminismos mais presentes nas discussões da atualidade, assim como a delimitação dos arquétipos das mulheres políticas utilizados para balizar esta pesquisa.

4.1 A ANÁLISE DE CONTEÚDO E O PROCESSO DE CATEGORIZAÇÃO

A análise de conteúdo é uma metodologia científica de grande importância para os estudos de Comunicação, usada para pesquisas quantitativas e qualitativas. Foi criada nos Estados Unidos, no início do século XX, embora há registros de que já fosse utilizada pela Igreja desde o século XVII (Sampaio, 2021, p.17). Segundo o autor, há consenso de que os primeiros estudos com base na técnica foram voltados para a análise dos veículos de mídia, ou seja, jornais e rádios, especialmente no contexto do entre guerras.

Autores como Bardin consideram que o precursor da técnica enquanto método científico foi Harold D. Lasswell, hoje expoente no estudo da Teoria da Comunicação, que trabalhou para o governo norte-americano com a análise da propaganda de guerra. De acordo com Sampaio (2021), “teria sido justamente ele e sua equipe que definiram os métodos para testes-piloto, treinamento de codificadores e avaliações de confiabilidade que serviram como modelos para a prática atual” (Sampaio, 2021, p.19). Desde então, o método se consolidou, conquistando a adesão de outras áreas do conhecimento e definindo melhor os seus contornos, principalmente se comparado a técnicas de pesquisa científica, como a análise de discurso (AD).

Hoje, a AC é empregada em diversos contextos, tanto como técnica em si de pesquisa quanto como técnica intermediária em projetos que utilizam outras técnicas principais, como entrevistas em profundidade, grupos focais ou observação participante. Para Bardin (2016), a técnica visa responder a dois problemas principais: 1) quais as causas ou antecedentes da mensagem que levaram a determinado enunciado?; 2) quais os efeitos deste enunciado, ou seja, quais as consequências que provavelmente vai provocar?

Sampaio (2021) questiona também as possíveis aplicações da AC no contexto brasileiro. Dentre elas, cita textualmente a análise de mensagens postadas no Facebook, segundo ele amparadas pelos estudos de Alves (2019), Carvalho, Massuchin e Mitozo (2018). E também para aferir as campanhas on-line em sites de redes sociais, conforme o autor, com base em pesquisas de Aggio e Reis (2013); Cervi, Massuchin e Carvalho (2016) e Rossini et al. (2016).

Mas o que é, afinal, a análise de conteúdo? Para Bardin (2016), seu principal expoente, trata-se de uma hermenêutica controlada, baseada na inferência:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2016, p.48).

Na literatura sobre o método, há autores que, a exemplo de Kimberly Neuendorf (2002), defendem que a metodologia só pode ser considerada como tal se for utilizada para a análise quantitativa. Entretanto, conforme Sampaio (2021), a maioria dos adeptos do método, incluindo Bardin (2016), defendem que ela possa validar também análises qualitativas.

Em uma obra que atualiza e reestrutura os limites da análise de conteúdo aplicada ao contexto brasileiro, Sampaio (2021) assim a define:

Análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa científica baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos, buscando descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos (Sampaio, 2021, p.6)

Nesse sentido, a epistemologia da AD se fundamenta nas proposições de Karl Popper (1978) de que o desenvolvimento científico se dá a partir do constante exercício da crítica entre os pares, o que pressupõe que a validação científica seja produto menos do quão correto ou verdadeiro são seus resultados, mas sim na possibilidade de “tais resultados serem revistos por outros estudos e esforços de pesquisa” (Sampaio, 2021, p.29). Em outras palavras, a epistemologia está relacionada ao atendimento de três princípios: replicabilidade, confiabilidade e validade.

A validade está vinculada à capacidade da categorização “de traduzir empiricamente conceitos de modo significativo e pertinente” (Sampaio, 2021, p.30). Obviamente, como se trata de uma tradução, não é esperado que a equivalência seja absoluta. “A validade seria, desse modo, uma adequação epistemológica entre os propósitos da pesquisa e os instrumentos utilizados para identificar o fenômeno sob investigação (Sampaio, 2021, p.31). Cabe aqui enfatizar também que não existe um único caminho para validar determinada pesquisa. Os caminhos são múltiplos e suas escolhas dependem de fatores variados. Por isso, Sampaio afirma que “a validade de uma AC é dependente do quão convincente ela se mostra à comunidade para a qual ela é dirigida justamente por depender desse poder de demonstração e justificação (Sampaio, 2021, p.33).

“Isso implica que a validade de uma AC pressupõe que ela seja cuidadosamente elaborada, de modo a fazer com que conceitos possam se converter em operações de codificação de textos (Sampaio, 2021, p.32). Cabe destacar que existem vários instrumentos possíveis de serem mobilizados para codificar determinada pesquisa, mas isso não significa de forma alguma baixo rigor científico. A análise feita pelos pares irá validá-los no já descrito processo de sucessiva revisão científica.

Conforme Sampaio (2021, p.34), “enquanto a validade questiona se as regras formuladas fazem sentido, a confiabilidade questiona se tais regras estão sendo aplicadas de maneira estável e precisa”. A possibilidade de erro humano precisa sempre ser considerada, até para que seja reduzida ao mínimo possível. Dentre as principais causas para o erro, estão o cansaço do pesquisador, exposto a horas contínuas de trabalho, e a falta de precisão das regras estabelecidas. Portanto, para garantir o rigor científico do método, é preciso executar testes de confiabilidade.

Vale acrescentar que, como a AD pressupõe uma série de escolhas para ser validada enquanto método, é pertinente que esbarre em algum grau de subjetividade. A confiabilidade do método, neste caso, não passa por deixar de reconhecer essa subjetividade, mas sim padronizá-la a ponto de que o resultado obtido pela análise de um pesquisador seja equivalente ao de um segundo, terceiro ou quarto, o que garante ao método uma revisão constante.

Trata-se, portanto, de reconhecer a capacidade de replicabilidade do método, ou seja, a possibilidade que ele seja executado por outros pesquisadores. De acordo com o autor, “isso implica que a replicabilidade não garante confiabilidade, nem a validade de uma AC, mas é condição de possibilidade das duas” (Sampaio, 2021, p.39). Para que isso ocorra, é necessária

uma descrição detalhada do caminho seguido pelo pesquisador original, tarefa que nos cabe executar neste capítulo.

Bardin (2016) estrutura o passo-a-passo do método a partir do planejamento da análise e da delimitação do respectivo corpus. Em seguida, afirma que deve ocorrer a codificação e categorização dos discursos verificados. Estas duas etapas serão planejadas neste capítulo. Em seguida, no quarto capítulo, haverá a coleta do material de análise nos perfis dos Facebooks das candidatas e, por fim, os resultados serão interpretados a partir da inferência, no quinto e último capítulo.

Para efeito desta pesquisa, a análise de conteúdo foi feita de forma manual, sem nenhuma recorrência à inteligência artificial ou tecnologias afins. Na avaliação de Sampaio, (2021), da mesma forma que é factível considerar as possibilidades do uso da análise de conteúdo automatizada para grandes quantidades de dados, é também razoável supor que ainda há muito caminho a percorrer para que os dados resultantes da análise de conteúdo automatizada sejam validados pela ciência. “Ao menos no atual momento da tecnologia e da ciência, é inócuo acreditar que toda a AC manual poderá ser substituída por formas computadorizadas de análise” (Sampaio, 2021, p.13).

Para a definição das categorias desta tese, primeiro foi necessário efetuar a pesquisa bibliográfica sobre os feminismos contemporâneos, de onde resultou a codificação do primeiro conjunto de categorias para proposição. Segundo Holsti (1969), “a codificação é o processo pelo qual os dados brutos são transformados sistematicamente e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição exata das características pertinentes do conteúdo” (*apud* Bardin, 2016, p. 133). As categorias, por sua vez, são “elementos que nos dão meios para descrever o fenômeno sobre investigação, aumentando o conhecimento e gerando conhecimento” (Sampaio, 2021, p.46).

Bardin (2016) resume o método de aplicação da AC em três etapas: a pré-análise, a exploração do material ou codificação e o tratamento dos resultados (inferência ou interpretação). Após o planejamento da metodologia desta pesquisa, portanto, foi feita a codificação do material colhido e, a partir daí, uma análise prévia de 2 das 18 mulheres do corpus, o que serviu como teste da metodologia e ajudou na redefinição das categorias, com base nos temas mais abordados no período.

Por isso, é importante deixar claro que as categorias aqui trabalhadas não esgotam - e jamais seria esta a pretensão - os temas dos feminismos contemporâneos. Elas só e apenas expressam aqueles mais debatidos no período e que, tanto pela presença quanto pela ausência, entrecortam as construções das imagens das mulheres eleitas em 2020 na Estrada Real.

Exemplos são duas categorias que caberiam no grande guarda-chuva da "saúde sexual e reprodutiva", mas que foram desmembradas devido ao grande espaço que tiveram nas discussões do período. Uma delas é o direito ao aborto, bandeira histórica do feminismo que, no Brasil, encontra muita resistência e, por isso, só é legal em condições muito restritas. O outro tema é a pobreza menstrual, que ganhou muito destaque principalmente em função do projeto de lei aprovado pelo Congresso Nacional, que teve seu principal artigo vetado pelo então presidente Jair Bolsonaro: justamente o que previa a distribuição gratuita de absorventes para estudantes da escola pública e mulheres em situação de vulnerabilidade.

4.2 FEMINISMOS NO PLURAL: A CODIFICAÇÃO DO DEBATE CONTEMPORÂNEO

Segundo Rezende (2019), o contexto dentro do qual as mulheres estão inseridas influencia a forma como o "sistema patriarcal" incide sobre suas vidas, assim como influencia o modo pelo qual elas constroem suas lutas. Segundo Tiburi (2019), o patriarcado "representa a estrutura que organiza a sociedade, favorecendo uns e obrigando outros a se submeterem ao grande favorecido que ele é, sob pena de violência e morte" (Tiburi, 2019, p.59).

Para Lerner (2019), "em sua definição mais ampla, significa a manifestação e institucionalização da dominância masculina sobre as mulheres e crianças na família e a extensão da dominância masculina sobre as mulheres na sociedade em geral. A definição sugere que homens têm o poder em todas as instituições importantes da sociedade e que mulheres são privadas de acesso a esse poder. Mas não significa que as mulheres sejam totalmente impotentes ou privadas de direitos, influência e recursos.

Uma das mais árduas tarefas da História das Mulheres é traçar com precisão as várias formas e maneiras como o patriarcado aparece historicamente, as variações e mudanças em sua estrutura e função, e as adaptações que ele faz diante da pressão e das demandas das mulheres (Lerner, 2019, p.348).

Para as mulheres, a luta contra o patriarcado se confunde com a luta contra a opressão e pela transformação radical da sociedade. Neste sentido, Tiburi (2019) sustenta que a razão de ser do feminismo é "ajudar as pessoas a se perguntarem sobre os jogos de poder envolvidos em suas próprias vidas" (Tiburi, 2019, p.29). Por isso, ele está umbilicalmente ligado à política no seu sentido mais amplo, ocupando as construções sociais do dia a dia das pessoas, mas também ao mais restrito, àquele que se fecha nas campanhas eleitorais e demandas partidárias.

Segundo a autora, o conceito de feminismo pode ser o seguinte:

Produção de um outro desejo que esteja para além das objetificações e fetichizações, o feminismo é um fazer, é a ação que põe em cena o desejo daquelas que, sendo mulheres, no mais amplo sentido dessa palavra, lutam contra seu encarceramento, sua domesticação, sua escravização e sua docilização – sem perder de vista que “mulher” é uma marcação do patriarcado que foi ressignificada no feminismo. (Tiburi, 2019, p.42).

Na Academia, feminismo é, também, uma expressão guarda-chuva para posições políticas diversas que têm como ideal comum a luta contra a opressão da mulher ou, em outras palavras, a luta pela superação do patriarcado. Por isso, muitos autores usam o termo no plural. Tanto o conceito quanto a vivência dele mudam em relação a grupos sociais diversos. Ou, para usar uma expressão do chamado “feminismo negro”, dependendo do “lugar de fala”, termo que, segundo Djamila Ribeiro (2019), tem uma origem imprecisa, ou seja, não há uma epistemologia já consolidada acerca dele. Certo é que o conceito está intrinsecamente ligado ao chamado feminismo negro, que tem Patrícia Phill Collins como uma de seus principais expoentes, entre outros motivos por causa da sua inserção na tradição das discussões sobre a teoria do *feminist standpoint*, ou “ponto de vista feminista”, em tradução literal.

Para Ribeiro (2019), o lugar de fala está essencialmente relacionado à falta de representatividade de alguns grupos sociais devido ao que Collins (2021) aponta como o locus social, ou seja, ao fato de que o lugar socialmente imposto dificulta a transcendência dele. Ou ainda, ao fato de que “não poder acessar certos espaços acarreta a não existência de produções e epistemologias destes grupos nestes espaços” (Ribeiro, 2019, posição 530). A feminista refuta a ideia tornada lugar comum de que o conceito signifique que só o negro possa falar sobre racismo. Ribeiro (2019) ressalta que Collins não nega a dimensão individual das experiências, mas defende que, por ocuparem a mesma posição social, indivíduos dos mesmos grupos também compartilham as mesmas relações de posições hierárquicas e, por isso, compartilham o mesmo lugar de fala: “O lugar social não determina uma consciência discursiva sobre esse lugar. Porém, o lugar que ocupamos socialmente nos faz ter experiências distintas e outras perspectivas” (Ribeiro, 2019, posição 593).

As diferenças entre os feminismos são tantas que podem variar entre o reformismo e o revolucionário, como afirma bell hooks (2018), ou entre o neoliberal e o radical e transformador, tomando de empréstimo os termos usados por Nancy Fraser (2019).

4.3 AS CATEGORIAS DEFINIDAS PARA A PESQUISA EM QUESTÃO

A metodologia adotada para a análise de conteúdo (Bardin, 2010; Sampaio e Lycarião, 2021) resultou na seleção de 20 categorias dos feminismos contemporâneos. Estas categorias foram agrupadas em 5 eixos temáticos para facilitar a compreensão de cada uma delas, conforme disposto no quadro abaixo:

Quadro 8 - Categorias dos feminismos para análise



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Os cinco eixos temáticos são: Saúde, Política, Economia, Violência e Outras. Eles não constituem elementos de análise: são apenas estruturas organizativas para facilitar, por proximidade de temas, a compreensão das 20 categorias utilizadas. As categorias, por sua vez, são os pilares de sustentação da análise de conteúdo. Por isso, conceituamos cada uma delas para que não possam ser interpretadas erroneamente, a partir das visões divergentes dos feminismos.

4.3.1 Saúde

São três as categorias relacionadas dentro deste eixo temático:

4.3.1.1 Saúde sexual e reprodutiva

A Organização Mundial da Saúde (OMS) define a saúde sexual e reprodutiva como um bem-estar físico e emocional que permite o gozo da capacidade sexual e reprodutiva, podendo a mulher escolher entre manter ou não uma gestação. Portanto, situam-se nesta categoria temas fundantes do feminismo que encontram forte oposição dos setores conservadores e neoconservadores, como o direito aos contraceptivos, ao aborto, ao pré-natal e à medicina preventiva.

Dessa forma, esta categoria engloba o debate acerca das políticas públicas para saúde sexual e reprodutiva das mulheres, à exceção de duas delas: aborto e pobreza menstrual. Isso porque as duas categorias obtiveram um lugar tão central na discussão do período que serão tratadas à parte.

4.3.1.2 Aborto

Pauta histórica das lutas feministas brasileiras desde a década de 1970, o aborto é considerado legal no Brasil apenas em três situações: gravidez decorrente de estupro, feto anencéfalo e risco de morte para a mãe. A proposta dos movimentos feministas, entretanto, é que ele possa ser praticado em quaisquer circunstâncias, desde que este seja o desejo da mulher que carrega o feto. Historicamente, os dois principais argumentos dos feminismos brasileiros para reivindicar o aborto estão relacionados aos direitos individuais (meu corpo, minhas regras) e aos direitos sociais (a prática do aborto na clandestinidade implica em riscos graves para a saúde da mulher, especialmente as das classes mais baixas).

Segundo bell hooks (2018), o direito ao aborto surge no mundo na esteira das reivindicações feministas por liberdade sexual, com o direito ao próprio corpo para praticar sexo com quem e quando desejassem. “Quando a revolução sexual estava no auge, a questão do amor livre (que, em geral, significava fazer quanto sexo uma pessoa desejasse e com quem desejasse) colocou as mulheres frente a frente com a questão da gravidez indesejada” (hooks, 2018, p. 47). A partir daí a luta pela distribuição de pílula anticoncepcional e pelo direito ao aborto como políticas públicas passaram a fazer parte da pauta feminista. hooks (2018) ressalta, porém, que a luta sempre foi pela saúde reprodutiva como um todo e que o destaque para o aborto decorre dos preconceitos de época: “A questão do aborto chamou atenção da mídia de massa porque realmente desafiou o pensamento cristão fundamentalista. Desafiou diretamente a noção de que a razão da existência de uma mulher é gerar crianças” (hooks, 2018, p.49).

Voltando ao Brasil, vale destacar que a discussão sobre aborto nos espaços políticos é interdita historicamente devido ao forte conservadorismo cristão. Durante o governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, houve uma ofensiva do Executivo para dificultar o acesso à prática. Em 2020, foi publicada a Estratégia Federal de Desenvolvimento para o Brasil (Brasil, 2020) no período de 2020 a 2031, que estabelecia a defesa da vida "desde a concepção" e os "direitos do nascituro". No mesmo ano, o Brasil passou a integrar a Declaração do Consenso de Genebra, uma espécie de plataforma de ações referendada por governos e entidades conservadoras contrárias ao aborto. Assim que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva tomou posse, em 2023, as duas medidas executivas foram revertidas.

Ainda na era Bolsonaro, a agenda ultraconservadora defendida pelo mandatário levou seus aliados a discutirem na Câmara dos Deputados um projeto de lei que impediria a interrupção da gravidez em caso de gestações decorrentes de estupro. Uma articulação da oposição, porém, conseguiu barrar a tramitação do projeto.

4.3.1.3 Pobreza menstrual

O relatório da UNICEF “Pobreza Menstrual no Brasil: desigualdade e violações de direitos” define pobreza menstrual como “um conceito que reúne em duas palavras um fenômeno complexo, transdisciplinar e multidimensional, vivenciado por meninas e mulheres devido à falta de acesso a recursos, infraestrutura e conhecimento para que tenham plena capacidade de cuidar da sua menstruação” (Unicef, 2021). O tema surgiu na França e ganhou visibilidade no mundo após pesquisas apontarem que a falta de acesso a absorventes higiênicos é responsável por diversos problemas de saúde e até mesmo evasão escolar.

No Brasil, 1 em cada 4 adolescentes não tem um absorvente durante o seu período menstrual, segundo o relatório “Livre para Menstruar” (Brasil, 2021), elaborado pelo movimento Girl Up. No país, o absorvente não é considerado item de higiene básica e, por isso, não é incluído na cesta básica e nem desonerado de impostos federais. No ano passado, o Congresso Nacional aprovou o projeto de lei 4.968/2019 (BrasilL, 2019), de autoria da deputada federal Marília Arraes, que prevê a criação do chamado Programa de Proteção e Promoção da Saúde Menstrual. O ex-presidente Jair Bolsonaro sancionou o projeto, mas vetou sua principal medida, que consistia em distribuir absorventes gratuitamente para estudantes de baixa renda e mulheres em situação de rua. A distribuição de absorventes foi debatida por estados e municípios, sendo aprovado em alguns deles, como é o caso de Juiz de Fora (MG), objeto desta tese. Em 19 de junho de 2023, o governo do presidente Luiz Inácio

Lula da Silva (PT) publicou uma Portaria Interministerial com critérios que garantem a distribuição de absorventes para 24 milhões de mulheres em situação de vulnerabilidade.

4.3.2 Política

As categorias que compõem este eixo temático são 3 e se inscrevem dentro da chamada “Política da Presença”, proposta por Anne Phillips, conforme explicado no Capítulo 2.

4.3.2.1 Cotas eleitorais

No Brasil, a legislação eleitoral determina que cada partido ou coligação deve preencher o mínimo de 30% e o máximo de 70% para candidaturas de cada sexo³³ nas eleições para Câmara dos Deputados, Câmara Legislativa do Distrito Federal, Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais.

A regra passou a ser obrigatória a partir de 2009 e, desde então, passou por avanços e retrocessos. Um fenômeno recorrente que ameaça o sucesso da medida é a existência das chamadas candidaturas-laranjas, em que as legendas inscrevem mulheres para disputarem os pleitos para preencher as cotas, mas não dão o apoio necessário e nem investem financeiramente nas candidaturas dessas mulheres para que se possa ter um equilíbrio na disputa.

4.3.2.2 Paridade de gênero

Tal como as cotas, a paridade de gênero deriva do conceito teórico da Política Presença, ou seja, é mais um mecanismo para alavancar a participação feminina - neste caso, visando à equidade entre os sexos em cargos públicos, políticos ou técnicos, nas esferas educacionais, no mercado de trabalho etc. Sem previsão legal no Brasil, é usada principalmente em mandatos políticos tidos como mais democráticos e progressistas para equiparar a distribuição de cargos entre homens e mulheres.

É o tipo de tema que ganha grande repercussão quando cada novo governo anuncia seu ministério. No caso do governo Bolsonaro, que começou em 2018, foram duas mulheres dentre 22 ministros, ou seja, as mulheres foram 10,5% do total. Já o governo Lula, que iniciou em 2023, foram 11 ministras dentre 37, ou seja, 29,7%.

³³ A previsão legal consta no Art. 10, § 3º, da Lei das Eleições - 9.504/97 (Brasil, 1997).

4.3.2.3 Representatividade

Bem menos drástica do que a paridade de gênero, a representatividade estimula a participação de todos no processo político, mas sem impor percentuais. Pelo seu teor generalista, é palavra de ordem no feminismo neoliberal.

4.3.3 Economia

O eixo temático economia abriga diferentes perspectivas de se dialogar com o desenvolvimento a partir dos feminismos. Perpassa o feminismo marxista, ao olhar para pautas como divisão sexual do trabalho, e, no extremo, alcança o feminismo neoliberal, ao observar também a incidência de temas como o empreendedorismo.

4.3.3.1 Divisão sexual do trabalho

Tanto no mercado não regulamentado quanto no formal, as mulheres ganham menos do que homens que ocupam os mesmos cargos e têm menor acesso aos cargos de chefia e liderança. Como afirmam Biroli e Miguel (2014), elas são expostas cotidianamente a pressões e constrangimentos que não afetam os homens, “do assédio sexual às exigências contraditórias de incorporar tanto o profissionalismo quanto uma ‘feminilidade’ que é construída como sendo o oposto” (Biroli e Miguel, 2014, p.11). Além disso, precisam enfrentar jornadas duplas e triplas, já que são comumente responsáveis pelos serviços domésticos e cuidados com familiares.

As primeiras feministas acreditavam que o acesso ao trabalho era a chave para a libertação da mulher: com um trabalho remunerado, elas não teriam mais que se submeter às opressões sexistas. Não foi o que aconteceu, já que “trabalhar por salários baixos não libertava mulheres pobres da classe trabalhadora da dominação masculina” (hooks, 2018, p.78).

4.3.3.2 Creches e escola integral

As creches se atrelaram à pauta feminista desde os primórdios do movimento, encaradas como a ferramenta que permitiria a mulher acessar o mundo do trabalho, libertando-se da dependência financeira do homem. No país, a luta se fez muito presente na retomada do movimento feminista, após ele ser interrompido pela ditadura militar. “No Brasil, para as feministas, a luta pela creche significava, no final da década de 1970, uma das bandeiras para a emancipação” (Finco; Gobbi; Faria, 2015, p.9).

Nas passeatas, os cartazes lembravam que “o filho não é só da mãe”. Mas a cultura de que a mãe é a principal - se não a única - responsável pelos cuidados no lar persiste até hoje. “A falta de creches e de políticas adequadas para a conciliação entre a rotina de trabalho e o cuidado com os filhos penaliza as mulheres, muito mais do que os homens, em sociedades nas quais as divisões dos papéis permanecem atadas a compreensões do feminino e masculino” (Biroli e Miguel, 2014, p. 11).

Portanto, a reivindicação feminista é que, além dos pais, o Estado também assuma sua parcela de participação no cuidado com os futuros cidadãos ou, como preferem alguns, com os futuros trabalhadores. Deriva daí, portanto, a visão da creche como direito a ser promovido por meio de políticas públicas. Para alguns, um direito da mãe trabalhadora. Para outros, do filho que precisa ser estimulado para a aprendizagem desde cedo.

Mas é um engano imaginar que a pauta é consensual. Nos feminismos contemporâneos cresce a visão de que a creche é mais uma ferramenta para a exploração do trabalho feminino, já marcado por duplas ou triplas jornadas. “As creches e os berçários nunca nos proporcionaram tempo disponível para nós mesmas, mas, sim, para trabalho adicional” (Federici, 2019, p.70).

4.3.3.3 *Economia solidária e agroecologia*

Cláudia Job Schmitt (2010) afirma que economia solidária e agroecologia são dois campos de contestação social e construção de práticas alternativas à crise civilizatória provocada por desigualdades sociais alarmantes. Campos estes que, por se constituírem alternativas ao modo de vida patriarcal e capitalista, apresentam alternativas à fome, à carestia e ao consumo desenfreado que prejudica a vida no planeta.

Para Barragán, Lang, Chávez e Santillana (2020), as práticas se inscrevem no chamado feminismo popular ou comunitário, que tem sua origem na América Latina. São, portanto, uma visão do mundo a partir da perspectiva do Sul Global, que se “articula em várias dimensões, da ecologia, da economia, do modelo produtivo, da colonialidade e do patriarcado” (Barragán et al; 2020, p. 217).

O debate feminista terá um lugar central na construção do movimento agroecológico a partir do momento em que as mulheres, principalmente as mulheres do campo, indígenas, negras e de populações tradicionais, começam a trazer suas pautas, demandas e necessidades de reconhecimento dentro do movimento, partindo da ideia de que “sem feminismo não há agroecologia”. (Costa, 2020, p.286).

A economia solidária e a agroecologia apresentam uma crítica feminista sobre o discurso antropocentrista do desenvolvimento, inscrevendo suas propostas no sentido do “bem-viver”. No Brasil, ajudam a criar uma nova noção de espaço público, com as comunidades ganhando uma nova perspectiva como palco de práticas feministas.

4.3.3.4 Transferência de renda

bell hooks (2018) afirma que, historicamente, as mulheres ficaram bem irritadas com as feministas após deixarem seus trabalhos e não conseguirem se livrar da opressão masculina em função dos baixos salários que recebiam. O acesso ao mundo do trabalho significou um turno a mais de serviço, já que continuam responsáveis pelas tarefas domésticas e pelos cuidados com a família.

Recentemente, Federici (2019) aprofunda o debate ao propor que essa “economia do cuidado” seja remunerada por meio de políticas públicas de transferência de renda. Segundo ela, no capitalismo as mulheres foram transformadas em uma espécie de “bem comum”, cujo trabalho não pertence a elas na relação de mais-valia do capital. Por isso, elas passaram a cuidar da casa e dos seus sem receber remuneração pelo trabalho prestado. E mesmo quando exerciam trabalho remunerado, o salário acabava nas mãos do marido.

4.3.3.5 Empreendedorismo feminino

Na definição do Sebrae, “ser empreendedor significa ser um realizador, que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação” (Sebrae, 2019). O empreendedorismo, no entanto, é muito mais polêmico do que aparenta. Enquanto para alguns é um fenômeno que garante a inovação no mercado, para outros é uma ferramenta para retirar direitos dos trabalhadores.

No caso específico das empreendedoras mulheres, o problema se agrava: além de exercerem jornadas duplas ou triplas e de estarem historicamente confinadas à esfera do privado, elas são estimuladas a abrirem seus próprios negócios sem proteção social, alheias a direitos consolidados. No Brasil, os microempreendedores individuais, independentemente do sexo, não têm acesso a direitos como férias, 13º salário e Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS). Auxílio-maternidade e auxílio-doença são cobertos pela previdência pública.

4.3.4 Violência

O eixo temático violência engloba desde a mais tradicional delas, a violência contra as mulheres ou violência de gênero, passando a uma outra que só agora ganhou mais notoriedade, a violência política de gênero, até chegar àquela que é a maior ferida da colonização brasileira e que os feminismos cada vez mais dividem com o movimentos negros a obrigação de combatê-lo: o racismo.

4.3.4.1 *Violência contra as mulheres ou violência de gênero*

Minas Gerais é o Estado brasileiro campeão em feminicídios. Segundo o 16º Anuário Brasileiro de Segurança Pública, lançado em 2022 (Fórum, 2022), no ano anterior foram registrados 154 casos, enquanto no país foram 1.341.

Conceitualmente, feminicídio é

(...) a forma extrema de violência contra as mulheres, produto da violação de seus direitos humanos nos âmbitos públicos e privados, conformada pelo conjunto de condutas misóginas que podem conformar impunidade social e do Estado e culminar em homicídio e outras formas de morte violenta de mulheres”³⁴ (Larralde e Ugalde, 2007).

Este entendimento é recente. O Brasil é um país de forte cultura machista, no qual o feminicídio foi amparado pela lei até o advento da República. O Código Civil de 1.830 permitia o assassinato da esposa caso ela cometesse adultério, ato de ter relações sexuais fora do casamento. Os homens, porém, não estavam fadados à mesma sorte: no caso deles, as relações fora do casamento eram denominadas “concubinado” e não eram consideradas justificativas para o extermínio. O feminicídio hoje é punido pelo Código Civil.

Segundo a ONU, há vários outros tipos de violência contra as mulheres, classificada como “qualquer ato de violência de gênero que resulte ou possa resultar em danos ou sofrimentos físicos, sexuais ou mentais para as mulheres, inclusive ameaças de tais atos, coação ou privação arbitrária de liberdade, seja em vida pública ou privada”. Desde 1992 a violência de gênero é entendida como violação dos direitos humanos, mas, embora muitos já tenham ouvido falar do problema, poucos são os avanços na luta para coibi-la.

Para Teles e Melo (2017), violência de gênero tem sua origem na discriminação histórica contra as mulheres, ou seja, um longo processo de construção e consolidação de medidas que visam à submissão feminina. “Discriminar é uma ação deliberada para excluir

³⁴ Tradução livre nossa.

segmentos sociais do exercício de direitos humanos. É segregar, pôr à margem, pôr de lado, isolar. Pode ser entendido também como desconsideração e desrespeito” (Teles e Melo, 2017, p.251).

As autoras lembram que a discriminação começou por meio da força bruta, mas gradativamente novos métodos foram sendo introduzidos: as leis, a cultura, a religião, a filosofia, a ciência, a política. “Ao serem tratadas como propriedade dos homens, as mulheres perderam, em diferentes níveis, a autonomia, a liberdade e o mais básico direito de controle sobre seu próprio corpo (Teles e Melo, 2017, p.256).

4.3.4.2 *Violência política de gênero*

Tipificada como crime eleitoral recentemente, por meio da Lei 14.192/2021 (Brasil, 2021), a violência política de gênero se caracteriza pelo assédio, constrangimento, humilhação, perseguição ou ameaça, fora ou dentro do meio virtual, contra candidatas ou políticas ocupantes de cargos eletivos, com a finalidade de impedir ou dificultar a sua campanha eleitoral ou seu mandato eletivo, com menosprezo ou discriminação em relação a seu gênero, cor, raça ou etnia. É uma das causas da baixa representatividade política feminina. O combate a ela, mediante a criminalização da prática, estimula a política da presença, já abordada em outra categoria. Entretanto, como se constitui fenômeno autônomo, cuja discussão se deu muito posteriormente, a violência política de gênero é um assunto novo no discurso feminista brasileiro que será tratado em categoria à parte. Mas se o assunto é novo, o crime está enraizado na sociedade: só nos 15 primeiros meses de validade da lei, o Ministério Público Federal (MPF) (Ministério, 2022), contabilizou 112 procedimentos relacionados ao tema, uma média de 7 por mês.

4.3.4.3 *Racismo*

Nas palavras da feminista Lélia Gonzalez (2019), ocorre no Brasil, como em toda a América Latina, o que ela classifica como racismo por denegação, ou seja, uma espécie de racismo mais sofisticado do que aquele aberto, em que há uma divisão racial clara, como ocorreu durante o *Apartheid*, na África do Sul. “Já no caso das sociedades de origem latina, temos o racismo disfarçado ou, como eu o classifico, o racismo por denegação. Aqui, prevalecem as ‘teorias’ da miscigenação, da assimilação e da ‘democracia racial’” (Gonzalez, 2020, p.130).

Deste racismo por denegação deriva a chamada ideologia do branqueamento que, veiculada pelos meios de comunicação de massa e pelos aparelhos ideológicos tradicionais,

reproduz e perpetua a crença de que as classificações e os valores do Ocidente branco são os únicos verdadeiros e universais, influenciando do padrão de beleza à religiosidade, da língua oficial aos cânones culturais.

Uma vez estabelecido, o mito da superioridade branca demonstra sua eficácia pelos efeitos de estilçamento, de fragmentação da identidade racial que ele produz: o desejo de embranquecer (de “limpar o sangue”, como se diz no Brasil) é internalizado, como a negação da própria raça, da própria cultura (Gonzalez, 2020, p.132).

A formulação de políticas públicas antirracistas e a adoção destas práticas são, por tudo isso, uma preocupação central nos feminismos deste século.

4.3.5 Outras

Este eixo temático abrange categorias que não possuem necessariamente relações entre si, mas também não se inscrevem dentro do guarda-chuva dos demais:

4.3.5.1 Empoderamento feminino

De acordo com Moser (1991), empoderamento feminino é o ato de dar poder às mulheres, mas não de forma que elas exerçam dominação sobre outros, e sim como uma forma delas controlarem as formas de poder popular. Para isso, entende-se que é fundamental aumentar a “capacidade das mulheres de confiarem em si mesmas e influenciar a direção da mudança mediante a capacidade de ganhar controle sobre os recursos materiais e não materiais fundamentais” (Moser, 1991, p.105).

Sardenberg (2006) alerta que, a despeito da origem radical e feminista do conceito de empoderamento, o termo foi apropriado pelos discursos desenvolvimentistas, perdendo seu caráter revolucionário. Foi adotado até mesmo pelo Banco Mundial. Por isso, segundo a autora, é visto hoje com desconfiança pelas novas feministas. Buarque (2020) ironiza o termo como espelho de um “feminismo meritocrático”, símbolo do neoliberalismo: “Em tempos de crescente desigualdade social, o feminismo meritocrático estimula o ‘empoderamento’ das mulheres para que ganhem visibilidade e cheguem ao topo do mercado, da mídia e da política”. (Hollanda, 2020, p.13).

4.3.5.2 *Padrão de beleza*

O padrão de beleza de determinada sociedade é construído socialmente e, segundo Naomi Wolf (2018), usado pelo patriarcado como mecanismo de controle para evitar que sejam cumpridos os ideais feministas de emancipação intelectual, sexual e econômica, conquistados a partir dos anos 1970. Para a teórica feminista, a tirania do culto à beleza e à juventude oprime a mulher, impactando no surgimento de distúrbios alimentares e mentais, e no desenvolvimento das indústrias da cirurgia plástica e da pornografia. Falar em padrão de beleza feminista, portanto, significa lutar contra a um ideal utópico e opressor, ressignificando o conceito do que bell hooks (2018) chama de “padrão sexista de beleza”.

Segundo ela, antes da liberação pautada pelo feminismo, as mulheres eram socializadas para acreditar que seu valor estava apenas na imagem e “em ser ou não notada como pessoa de boa aparência, especialmente pelos homens” (hooks, 2018, p. 55). A partir da intervenção feminista, as mulheres se libertaram de roupas desconfortáveis, como espartilhos, e passaram a usar vestimentas que permitissem a elas exercerem variados tipos de trabalhos, como calças e sapatos de salto baixo. Se hoje isso parece trivial, à época foi uma verdadeira revolução. Um ponto importante é que, ao examinar a opressão estética, o movimento feminista jogou luz sobre problemas de saúde que ficavam na penumbra, como a anorexia. Entretanto, o conhecimento acerca do problema não curou nossa sociedade.

As garotas de hoje muitas vezes têm tanto auto-ódio quando o assunto é o corpo quanto tinham suas companheiras pré-feministas. Enquanto o movimento feminista produziu tantos tipos de revistas pró-mulher, nenhuma revista de moda com orientação feminista surgiu para oferecer as mulheres visões alternativas de beleza. (hooks, 2018, p. 56).

Para hooks (2018), apesar das feministas estarem mais atentas às armadilhas sexistas, não estão fazendo o suficiente para enfrentá-las.

No Brasil, o padrão de beleza patriarcal está intimamente relacionado ao racismo. Por isso, afeta principalmente as mulheres negras e indígenas.

4.3.5.3 *Mulheres LBT+*

Consolidadas na pauta feminista contemporânea, as reivindicações por políticas públicas para mulheres Lésbicas, Bissexuais, Transexuais e demais identidades de gênero (LBT+) também chegaram à política paroquial brasileira. Um exemplo são as políticas de incentivo e apoio à adoção do nome social. Mais polêmicas são as políticas públicas de saúde relacionadas ao processo transexualizador, ou processo de mudança de sexo, apontado como

“antinatural” por fundamentalistas cristãos. Ambas as políticas abrangem toda a população LGBTQIAPN+, mas, para efeito desta pesquisa, focamos nas políticas direcionadas às mulheres.

A reivindicação por políticas específicas para este público ganhou força em função dos constantes registros de casos de preconceito e discriminação enfrentados pela população LBT+ nas filas dos órgãos públicos, inclusive do Sistema Único de Saúde (SUS). Não existe no Brasil uma diretriz nacional para enfrentamento ao problema. Por isso, estados e municípios começam a legislar a respeito. Uma das cidades pioneiras a implantar um ponto de acolhimento para mulheres LBT+ é Juiz de Fora (MG), município que faz parte do corpus de análise desta pesquisa.

4.3.5.4 *Proteção animal*

No âmbito dos feminismos, a prática da proteção animal é amparada tanto pelo ecofeminismo quanto pelas teorias do *care* (ou feminismo de cuidados). Segundo Osório (2019), o ecofeminismo é uma vertente das teorias feministas que equaciona modos de dominação da natureza e modos de opressão das mulheres (Albright, 2002; Gaard, 2011; Haraway, 2018), e que passou a incorporar também um acento animalitário e uma crítica às teorias utilitaristas (Singer, 2010) e de direitos dos animais (Regan, 2006) a partir do feminismo (Donovan, 2006). Ainda conforme a autora,

(...) a teoria do *care*, igualmente feminista, surge na década seguinte a partir da obra seminal de Carol Gilligan (1982), na qual a autora discute formas morais das mulheres, e passa a ser introduzida às questões animalitárias uma década mais tarde (Donovan, 2006).

Osório (2019) ensina também que foi na década de 1990 que a intersecção entre ecofeminismo e proteção se tornou forte, incorporando o vegetarianismo (Adams, 2015; Albright, 2002) e explorando associações entre a posição das mulheres e a dos animais no patriarcado. (Osório, 2018, p. 2).

No Brasil atual, em meio à ofensiva neoconservadora, cresce uma vertente da proteção animal completamente desvinculada da crítica feminista e que, inclusive, refuta a politização do tema, ignorando a relação dos maus tratos aos animais com o sistema patriarcal e capitalista. Esta vertente fixa sua agenda pública exclusivamente na proposição de políticas de amparo à defesa dos direitos dos animais domésticos, sejam eles em situação de rua ou mesmo sob tutoria privada.

4.3.5.5 *Linguagem neutra*

No final do século 19, quando alguns países começaram a reconhecer o direito feminino ao voto, as discussões acerca do tema feitas no Brasil enfrentaram um problema de linguagem: quando a Constituição dizia que todo cidadão ativo tem direito ao voto, isso se referia só aos homens ou também às mulheres? O entendimento que prevaleceu foi o de que somente os primeiros poderiam exercer o direito (Marques, 2019).

O exemplo acima revela como a linguagem opressiva pode influenciar a vida de grupos como o de mulheres e o de LGBTQIAPN+. No campo do simbólico, isso é contundente na performatividade de identidades socialmente inferiorizadas. Por isso, a luta por uma linguagem que não utilize o masculino como forma geral de se referir a todas as pessoas se tornou pauta importante dos feminismos. A proposta da linguagem neutra, portanto, é apagar as diferenciações de gênero masculino e feminino em diferentes classes gramaticais. Eleitos e eleitas? Eleites? As opções são diferenciadas e mais ou menos inclusivas.

Em um primeiro momento, a luta foi pela linguagem binária: “todos” e “todas”, “as” e “os” etc. Mas as pessoas que não se sentem representadas pela oposição clássica homem/mulher reivindicaram o direito de também serem incluídas na linguagem. Assim surgiram alternativas como o pronome “todes” e o substantivo “amigues”.

A ofensiva neoconservadora no Brasil contemporâneo enfrentou a discussão com algumas vitórias importantes: até 2022, 3 estados e 2 capitais já possuíam legislação própria para barrar o uso da linguagem neutra nas escolas, conforme levantamento do Portal G1³⁵. No entanto, em fevereiro de 2023, o Supremo Tribunal Federal (STF) derrubou a lei do estado de Rondônia. Como a decisão é de repercussão geral, as demais legislações também serão afetadas.

Das categorias listadas para esta pesquisa, a linguagem neutra é a única que, além de ter seu uso verificado em referências discursivas, também será aferida na prática das comunicações de campanhas e mandatos. Isso porque seu uso vem se tornando cada vez mais

³⁵ Mais informações na matéria “Linguagem neutra: barrada pelo STF, lei que proíbe o uso existe em 3 estados e 2 capitais” (G1, 2023), que pode ser acessada aqui: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2023/02/13/linguagem-neutra-barrada-pelo-stf-lei-que-proibe-o-uso-de-linguagem-neutra-existe-em-3-estados-e-2-capitais.ghtml>.

comum e tem sido cada vez mais frequente nas redes sociais de pessoas públicas, especialmente as identificadas com o espectro político mais progressista.

4.3.5.6 Não listadas

Outras categorias dos feminismos não previstas neste esquema.

4.4 OS ARQUÉTIPOS DAS MULHERES CANDIDATA

A pesquisa também se propôs a analisar os arquétipos das mulheres que integram o corpus. A empreitada toma como base uma pesquisa feita por Luciana Panke (2016), com o objetivo de apontar os principais arquétipos das mulheres candidatas na América Latina. A pesquisa analisou 21 campanhas eleitorais no continente e, somando o tempo total do material audiovisual veiculado no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) de cada país, concluiu que 40% dele foi dedicado à valorização do arquétipo maternal, em detrimento do profissional ou do de guerreira. Os três compõem a trilogia proposta por ela para traçar as principais tipologias das mulheres candidatas na América Latina e estão diretamente relacionados com o entendimento social do papel da mulher e da natureza feminina (Panke, 2021, p.460).

Estes arquétipos foram propostos a partir da análise da pesquisadora que observou seis estereótipos femininos predominantes nos *spots* utilizados nas campanhas eleitorais realizadas com mulheres de 11 países da América Latina. São elas: a dona de casa, a guerreira, a mãe, a sensível/cuidadora, a submissa e a trabalhadora. “Alguns desses papéis foram utilizados como estratégias de discurso, para gerar aproximação, e outros, aparentemente, como ilustração de uma realidade” (Panke, 2016, p.197). Ao identificar similaridades entre eles e estabelecer os mais comuns, ela propôs as tipologias da maternal, da guerreira e da profissional.

De acordo com Panke (2021), nenhuma mulher candidata pode ser associada a uma única tipologia. “Somos humanos complexos, cheios de matizes e as imagens propostas são enfatizadas de acordo com a personalidade, o contexto e a estratégia” (Panke, 2016, p.121). A autora esclarece que, mesmo que uma candidata se apresente como guerreira, por exemplo, um ajuste de estratégia de campanha pode posicioná-la, em determinado momento, como maternal ou profissional: “Alerto apenas que não há como ‘simplesmente’ encaixar uma candidata num dos perfis, caso não tenha nada a ver com ela” (Panke, 2016, p.121).

A mulher guerreira “se caracteriza por estar à frente de decisões, ter iniciativa e atuar politicamente em prol de mudanças sociais” (Panke, 2021, p.460). Já a maternal “é vista como

algo sagrado e se configura como um aspecto positivo atribuído à mulher” (Panke, 2021, p.461). Ela alerta, porém, que a mulher maternal, nas campanhas, não é necessariamente a que pariu um ou mais filhos, mas sim aquela que cuida, que zela, seja de filhos legítimos ou de seus conterrâneos. Por fim, a tipologia profissional se desdobra em duas tendências: por um lado, exalta as qualidades profissionais da candidata, como a inteligência ou a escolaridade; por outro, reforça a subordinação delas a um padrinho político homem.

Das 21 campanhas analisadas pela autora, apenas uma lançou mão do arquétipo profissional: a campanha de 2010 da ex-presidenta Dilma Rousseff, em que a tipologia ocupou metade dos vídeos (Panke, 2016, p.148). A explicação para a baixa adesão ao uso do arquétipo profissional, segundo a autora, é bem pontuada por Castañeda: “O êxito profissional não faz parte da identidade feminina: a mulher ‘realizada’ é a que se casa e tem filhos, não a que sobe a uma posição de liderança na sua profissão” (Castañeda, 2013, p.2289, *apud* Panke, 2016, p.148). E o uso desta tipologia na campanha da ex-presidenta Dilma, segundo a autora, se justifica em função “da relação com o mentor, ex-presidente Lula da Silva, que a conduziu ao cargo” (Panke, 2016, p.163). Dessa forma, conforme Panke (2021), a mulher maternal é o arquétipo que predomina nas campanhas eleitorais femininas latino-americanas, enquanto a tipologia profissional é “a que menos se destacou” (Panke, 2021, p. 461).

Para analisar o arquétipo de cada candidata, Panke (2021) propõe que sejam observados, a partir da semiótica de Umberto Eco, três conjuntos de elementos: 1) o código icônico (elementos não verbais); 2) o código linguístico (elementos verbais); e 3) o código sonoro (elementos verbais e não verbais). Na tabela abaixo, a autora mostra como cada um destes elementos aparece de modo a compor os arquétipos das candidatas mulheres:

Quadro 9 – Características dos códigos audiovisuais e arquétipos das candidatas

	GUERREIRA	MATERNAL	PROFISSIONAL
Código Icônico	Cores fortes, apoiadores perto, bandeiras e outros sinais de apoio. Dedos em riste, expressão facial séria e de vitória, braços elevados e em movimento. A edição pode trazer cortes secos e takes mais curtos. As cenas com ambientação dramática	Roupas de cores neutras e rosadas, acessórios delicados, uso de símbolos estereotipados de feminilidade como “coração”, “flores” e “crianças”. Cenas em ambiente doméstico, jardins, escolas, ambientes reconhecidos como “de mulheres”, cenas com família ou realizando afazeres de casa.	Trajes referentes às funções executivas, como ternos e outras roupas mais formais. Colares de pérolas e similares. Visual mais conservador. Uso de camisas. Local de trabalho organizado, gabinete ou relacionado à gestão e liderança. Junto a obras, na posição de líder de reunião ou exercendo sua profissão original.
Código Linguístico	Discurso propositivo; de ataque e de denúncia Problema <i>versus</i> solução Argumentos de desqualificação	Referências a cuidado das pessoas e dos filhos biológicos Fala mais conciliadora. Transmite uma escuta atenta	Enfatiza preparo e experiência profissional, carreira e histórico. Demonstração de capacidade. Prestação de contas
Código Sonoro	Trilha sonora e voz combativas Ambientação ou silenciosa (drama) ou ruidosa (ação)	Trilha suave, voz conciliadora e acolhedora	Trilha superação, vitória e voz assertiva

Fonte: Panke (2021, p. 455).

No caso desta pesquisa, para a definição dos arquétipos, serão consideradas exclusivamente as postagens que contêm imagens das mulheres analisadas em foto, vídeo ou arte. As três tipologias, embora propostas para análise das mulheres que disputam campanhas eleitorais, serão utilizadas dentro da proposta de campanha permanente. Portanto, serão aplicadas para análise não apenas nas campanhas eleitorais, mas também nas comunicações públicas utilizadas no cumprimento dos mandatos.

No próximo capítulo, daremos início às análises do material coletado a partir da metodologia aqui descrita, tanto no que tange à incidência das categorias dos feminismos quanto à avaliação dos arquétipos femininos.

5 MULHERES EM AÇÃO: ANÁLISE DOS PERFIS NO FACEBOOK DE VEREADORAS, VICE-PREFEITAS E PREFEITAS

Este capítulo articula os fundamentos teóricos apresentados no capítulo 2 à metodologia descrita no Capítulo 3, para dar início à análise de conteúdo dos perfis do Facebook das mulheres eleitas nos seis municípios que constituem o *corpus* e, com isso, responder às questões de pesquisa.

Esta foi, sem dúvidas alguma, a etapa que mobilizou a maior fatia de tempo desta empreitada. Isso porque foi feita a partir da extração manual das postagens, nos períodos já especificados no primeiro capítulo: a campanha eleitoral de 2020, de 27 de setembro a 15 de novembro, para as candidatas eleitas em 1º turno, e até 29 de novembro, para a candidata Margarida Salomão, eleita prefeita de Juiz de Fora no 2º turno; o período de 16 de novembro a 31 de dezembro de 2021, para averiguar o andamento do primeiro ano de mandato, para todas elas; e de 16 de novembro a 31 de dezembro de 2022, para averiguar o andamento do segundo ano de mandato, também para todas elas; e de 16 de novembro a 31 de dezembro de 2023, também para todas elas.

Cabe esclarecer aqui que todas as postagens feitas pelas candidatas foram tabuladas em planilhas do programa Excel, a partir do seguinte modelo: Data - Resumo da postagem - *Link* - Categorias dos feminismos - Arquétipo principal - Observações. Dessa forma, ocorreram vários casos em que uma única postagem fez alusão a várias categorias dos feminismos. Por isso, o número de categorias abordadas por cada candidata pode ou não corresponder ao número de postagens em que elas tratam de conceitos dos feminismos. No caso dos arquétipos das mulheres candidatas, foram tabulados apenas os predominantes em cada postagem que trazia uma imagem da candidata, em foto, vídeo ou *card*. Por isso, o número de registros de arquétipos sempre foi menor do que o de postagens.

Após tabuladas, essas postagens alimentaram um gráfico comparativo elaborado para cada candidata, com o propósito de aferir como os discursos feministas entrecortaram a construção das suas imagens nos quatro momentos diversos: campanha eleitoral, mandato 2021, mandato 2022 e mandato 2023. Os gráficos também foram produzidos na planilha Excel.

Ato contínuo à coleta dos dados das candidatas, foi criado um perfil interseccional de cada uma delas, como se fosse uma carta de apresentação. Além do conteúdo veiculado no Facebook, esses perfis têm como base de consulta a plataforma DivulgaCand2020, do TSE

(TSE, 2020), que disponibiliza de forma online os dados e documentos apresentados pelos candidatos durante a campanha eleitoral. Com uma interface bastante intuitiva e de fácil acesso, o programa inclui, praticamente em tempo real, até mesmo as prestações de contas dos candidatos, desde as eleições presidenciais de 2018. Assim, ao contrário do que acontecia no passado, mesmo antes dos resultados das urnas é possível saber quem são os financiadores da campanha de determinado candidato, quando ele está investindo em determinado serviço, patrimônio declarado, dentre outras informações.

O perfil conta também com informações publicadas pela imprensa, pelos sites de Prefeituras e Câmaras Municipais e, nos casos em que foi possível encontrar, páginas pessoais dos candidatos.

Cabe destacar aqui que, nesta pesquisa, não foram realizadas entrevistas com as candidatas ou com seus assessores. As informações utilizadas na construção dos perfis das mulheres são provenientes exclusivamente dos bancos de dados e fontes de pesquisas acessíveis pela internet. Mais um esforço para aferir como se dá a construção da imagem destas mulheres na esfera pública virtual.

Precedendo ao perfil ou página e à análise da publicação dos perfis das mulheres, elaboramos uma breve histórico dos municípios envolvidos, também contando apenas com informações disponíveis nas redes sociais, em páginas das Prefeituras, da Câmaras Legislativas, na Wikipédia e outras fontes de consulta, como páginas de turismo e artigos em livros acadêmicos, todas elas aqui referenciadas.

5.1 ITAMBÉ DO MATO DENTRO: MULHERES NO COMANDO, FEMINISMOS SILENCIADOS

Cravado no Caminho dos Diamantes da Estrada Real, o município de Itambé do Mato Dentro foi fundado pelo bandeirante Romão Gramacho, entre o fim do século XVII e o início do XVIII, no lastro da busca pelo ouro que transformou Minas Gerais em centro do mundo à época. E foi justamente a mineração que sustentou o crescimento da cidade nos primeiros anos.

Conforme o Censo IBGE de 2022, Itambé do Mato Dentro possui uma população de 2.142 habitantes. Conquistou um altíssimo índice de Representatividade Feminina (IRF), o segundo maior do circuito histórico da Estrada Real, ao eleger duas vereadoras e a prefeita no pleito de 2020.

Pelo seu pequeno porte, despertou pouco interesse de historiadores e pesquisadores ao longo da sua história. Não foram identificados sites, livros ou pesquisas acadêmicas que contenham a história do município, em especial a história política. Na própria plataforma de propostas da então candidata à prefeita Cleidileny Chaves (PL) consta a edição de um livro com a história de Itambé para ser distribuído em escolas e bibliotecas públicas.

5.1.1 Cleidileny Chaves: a 1ª prefeita de Itambé do Mato Dentro

Cleidileny Aparecida Chaves (PP) possui duas páginas no *Facebook*: a sua pessoal (<https://www.facebook.com/cleidileny.chaves>) e a da chapa que disputou e ganhou as eleições 2020 (<https://www.facebook.com/cleidilenyeniltinho>). Nenhuma das duas foi registrada no TSE. Entretanto, a segunda ostenta na sua descrição o status de página oficial da chapa. E, de fato, apresenta mais conteúdo político. Por isso, optamos por analisá-la: apesar de ser da chapa, há um único conteúdo exclusivamente atribuído ao vice-prefeito, Niltinho.

Cleidileny é a primeira prefeita de Itambé do Mato Dentro. Branca, solteira, com curso superior completo de Administração, tinha 30 anos à época da eleição. Moça simples, natural da zona rural do município, como fez questão de ressaltar durante a campanha. Suas únicas experiências políticas, até então, foram ter sido eleita suplente de vereadora, em 2012, e secretária municipal, a partir de 2016. Entretanto, foi apadrinhada pelo então prefeito de Itambé, José Elisio de Oliveira Duarte, o Zelisio, aprovado por 80% da população, conforme pesquisa do Instituto Tiradentes, publicada pelo site Itambé News. O próprio vídeo de lançamento da campanha citou nominalmente o prefeito “Zé” como precursor dos bons tempos a que a chapa daria continuidade.

Assim, se elegeu pelo Partido Progressista (PP), com 1.143 votos, ou 53,96% do total, vencendo Matheus Perdigão da Silva (AVANTE). Seu vice, Niltinho, do Patriota, tinha 50 anos na eleição de 2020. Os dois fazem parte da coligação “Itambé Seguindo em Frente”, formada pelos partidos PP e PATRIOTA.

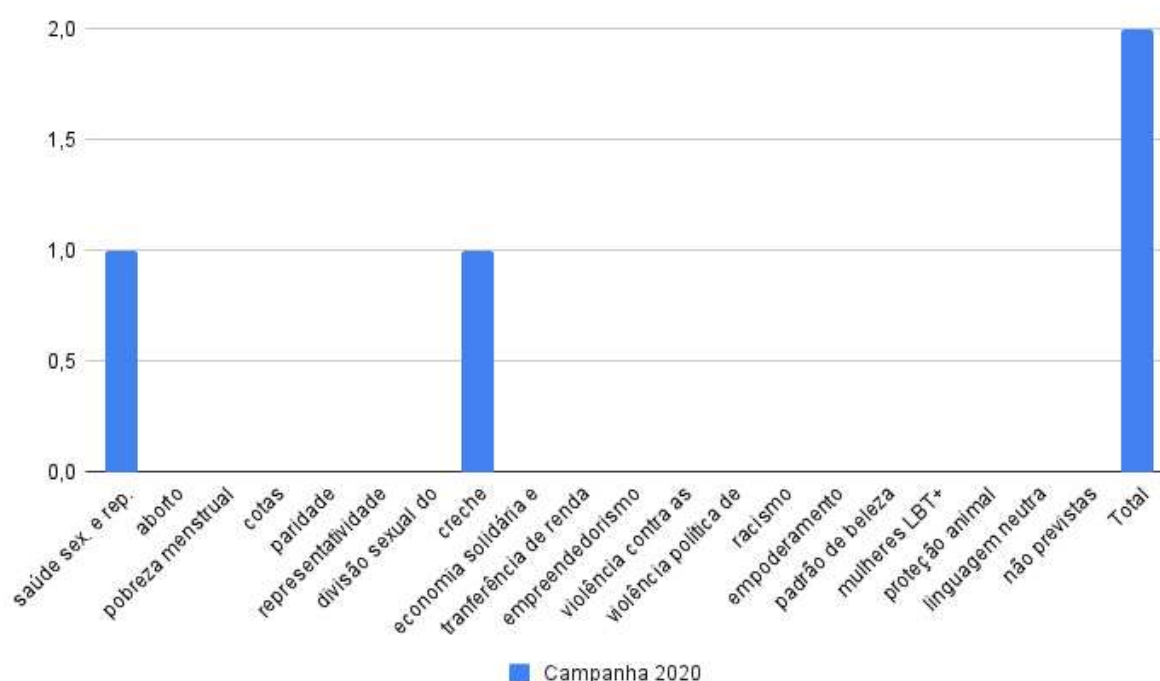
Cleidileny declarou ao TSE possuir patrimônio pessoal de R\$ 156.000,00. Informou ter gastado R\$ 45.600,00 na campanha eleitoral, na qual adotou dois diferentes motes. Primeiro, “É gente da gente”, em referência ao seu passado humilde, e depois, “Para fazer muito mais”, em alusão ao apadrinhamento de sua candidatura pelo prefeito.

No geral, sua campanha apresentou os elementos básicos para quem enfrenta um pleito municipal: o mote, como já dito, o santinho, vídeos, um bom *jingle* e postagens com

propostas. O uso de hashtags foi limitado, mas demonstrou alguma conexão com a chamada “ação conectiva”, a lógica de utilização da web proposta por Bennett e Segerberg (2012).

Entretanto, a candidata dialogou muito pouco com temas dos feminismos durante o período pesquisado. Na campanha eleitoral, fez um total de 36 postagens no seu perfil do *Facebook* e 4 tratavam de assuntos relacionados à mulher. Na primeira, ela usou o alerta contra o câncer de mama como mote para a confecção de um santinho de campanha, invocando o tema da saúde sexual e reprodutiva. Na segunda e na terceira, citou a necessidade de investir em uma creche municipal para preservar a vida das crianças do município. Já na quarta, apresentou como proposta adotar políticas públicas para a inserção das mulheres nas práticas esportivas do município.

Gráfico 4 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Cleidileny Chaves



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

No restante da campanha ela não tocou mais no assunto mulher e, mesmo quando apresentou seu programa de saúde, por exemplo, evitou firmar quaisquer compromissos que pudessem ser relacionados à pauta de gênero. Não fez menção nem mesmo àquelas pautas ditas consensuais nos campos da direita e da esquerda, como o combate à violência doméstica. Pelo contrário, Cleidileny parece ter feito sempre questão de afastar

o estigma de que, por ser a primeira mulher eleita no município (Chaves, 2021), legislaria majoritariamente para as mulheres. Ao propor a criação de salas de espera na Unidade Básica de Saúde, ela deixou explícito que a clássica divisão dualista e convencional de gênero entre feminino e masculino será adotada na sua administração: haverá no espaço banheiros masculino e feminino. A discussão é importante porque faz alusão a uma das *fake news* mais compartilhadas durante a campanha eleitoral de 2020: a de que os candidatos progressistas construiriam banheiros únicos para meninos e meninas nas escolas.

No primeiro ano de mandato, a prefeita fez cinco postagens no Facebook, nenhuma delas se referindo às categorias dos feminismos. Em 2022, foram 18 postagens sem dialogar com os feminismos. Em 2023 não fez nenhuma postagem no período coberto por esta pesquisa. Portanto, os números mostram sua pouca adesão à estratégia política da campanha permanente.

Em nenhum dos seus registros virtuais feitos nos quatro anos de pesquisa ela se referiu a religiosidade.

Imagem 2 - Santinho da candidata Cleidileny Chaves



Fonte: Facebook

Em relação ao arquétipo, durante a campanha eleitoral, a então candidata Cleidileny Lopes se apresentou majoritariamente como profissional. No vestiário, usou camisas e blusas em cores neutras. Os cabelos estavam escovados. O brinco utilizado foi uma argolinha pequena. Um visual mais conservador, do tipo executiva, apesar do mote

“É gente da gente”. Além disso, fez questão de deixar claro o tempo todo que sua entrada na política se devia ao apoio do então prefeito.

Porém, alguns discursos remeteram às características do arquétipo guerreira, como o da superação do passado humilde. A foto dela que viralizou e virou capa do jornal local, após sua vitória, foi a dos seus eleitores carregando-a no colo, com a mão direita erguida, punhos fechados, com uma bandeira do Brasil entre os dedos. Uma composição clássica do arquétipo guerreira. Entretanto, especificamente no período da campanha, que faz parte do corpus desta análise, o arquétipo que prevaleceu foi o profissional.

No exercício do mandato, a prefeita de Itambé do Mato Dentro manteve a imagem do arquétipo profissional, usando camisas e blazers como figurino padrão nas fotos que exhibe na sua página do Facebook, tanto em 2021 quanto em 2022. No ano seguinte, como já dito, não houve postagem nenhuma.

5.1.2 Daiane do Zé Eloi: “liberal na economia e conservadora nos costumes”

Vereadora de Itambé do Mato Dentro, Daiane Ferreira Chaves, eleita pelo Partido Progressista (PP), explicita a dependência política dos homens no nome que escolheu para usar na urna: Daiane do Zé Eloi, em referência ao pai, José Elói Chaves, liderança política na cidade. Uma estratégia eleitoral bem conhecida nos rincões patriarcais. Possui apenas um perfil no Facebook, que ela usa tanto para veicular conteúdos políticos quanto pessoais: <https://www.facebook.com/daiane.ferreira.3990418>. Ao TSE, ela declarou não possuir página alguma.

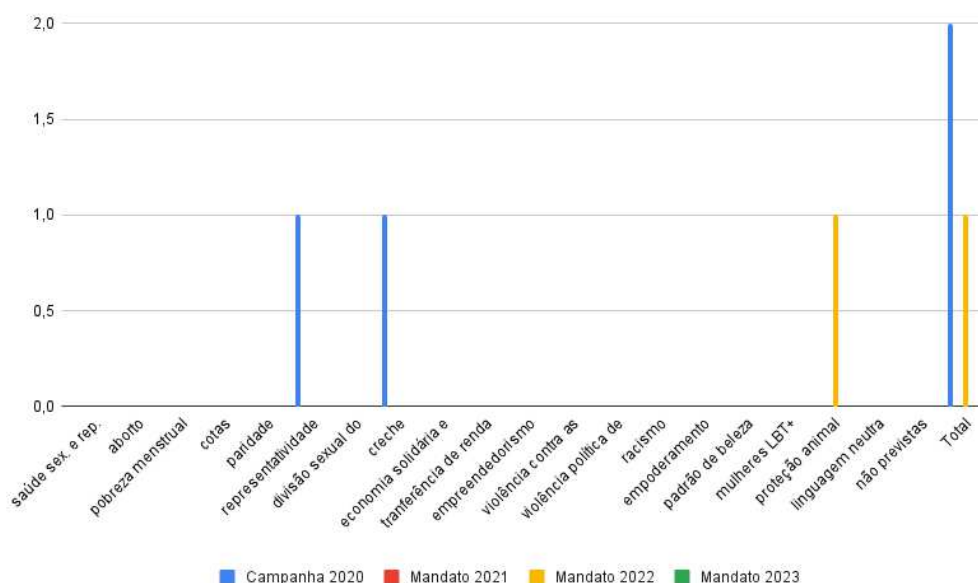
Daiane tinha apenas 22 anos quando foi eleita e se apresentou como estudante universitária de Serviço Social. Branca e solteira, declarou um patrimônio de R\$38.897,17 ao TSE, sendo um veículo Ford KA avaliado em R\$ 15.000,00 e o restante em saldo na conta corrente. Para concorrer ao pleito, arrecadou um total de R\$ 602,02, metade dele de candidatos e metade em recursos próprios.

Em 2016, aos 18 anos, se candidatou a uma vaga na Câmara de Vereadores, mas não foi eleita. Acabou ficando com a vaga de secretária de Assistência e Promoção Social, cargo no qual desenvolveu os programas que cancelaram sua posterior vitória nas urnas, incluindo palestras sobre drogas e sexualidade. Na campanha de 2020, fez dobradinha com a candidata a prefeita Cleidileny Chaves, do mesmo partido e apoiada pelo então prefeito, Zelisio.

Ao site Papo Reto (Chaves, 2021) ela se declarou “liberal na economia e conservadora nos costumes”³⁶. Seu *slogan* de campanha impresso no santinho foi a #paraseguiremfrente. A *hashtag*, porém, não passou de um elemento gráfico a compor o design. Nas atividades na rede, Daiane usou uma da coligação para referenciar algumas de suas postagens, mas não a que ela própria construiu. O *slogan* pecou também ao deixar no ar um sentido dúbio: ao mesmo tempo em que dialoga com o nome da coligação pela qual Daiane se candidatou, a coligação Itambé seguindo em frente, ele não coaduna com sua trajetória pessoal de alguém sem experiência política.

Seu *jingle* de campanha afirmava que ela iria representar as causas das mulheres no Legislativo, sem esclarecer exatamente quais seriam elas, a que tipos de feminismos essas causas estariam relacionadas. Apesar da campanha pouco expressiva e pouco técnica, ela conquistou uma vaga no legislativo. E no final de 2022, se elegeu presidenta da Câmara de Vereadores para o biênio 2023-2024.

Gráfico 5 - Número de postagens no Facebook de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Daiane do Zé Eloi



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Nativa digital, Daiane também não fez uso ostensivo das redes sociais, como seria de se esperar. Na campanha eleitoral fez apenas 16 postagens, das quais só 2 abordaram os feminismos contemporâneos. Em uma delas ela falou sobre creches e na outra sobre

³⁶ Leia a matéria (Daiane... 2022) completa aqui:

<https://paporetopja.com.br/daiane-do-ze-eloi-vereadora-itambeense-mais-nova-da-regiao-se-destaca-por-trabalhos-realizados-na-busca-pela-igualdade-social-no-municipio/>

representatividade. Nos dois casos os temas foram tratados de forma a não causarem polêmica. No primeiro ano de mandato ela fez apenas 4 postagens, nenhuma delas sobre pautas feministas. Já no segundo ano de mandato foram 15 postagens no total, sendo 1 delas sobre uma pauta feminista em ascensão na eleição 2020: a da proteção animal, que agrada eleitores de direita e de esquerda e, portanto, favorece os consensos. Em 2023, terceiro ano de mandato, foram três postagens, nenhuma delas sobre os feminismos. A promessa de representar os interesses das mulheres, pelo menos a partir do que reflete sua rede social, não se concretizou. Ela também não professou nenhuma fé religiosa no período da análise.

Imagem 3 - Santinho da candidata Daiane do Zé Eloi



Fonte: Facebook

Em relação aos arquétipos das mulheres candidatas, Daiane foi praticamente todo o tempo profissional. Talvez pela idade, ela tenha sentido a necessidade de provar a sua capacidade intelectual. A candidata também se insere na categoria por conta do apoio político masculino que recebeu, típico das candidaturas profissionais, apesar do contraditório aparente (Panke, 2016). A exceção à regra foi a foto de perfil postada no final de 2022, na qual ela aparece mais identificada com o perfil maternal: usa uma blusa de renda branca. Em um vídeo

de Natal, ela aparece com a mesma roupa, um tom de voz calmo e gestual acolhedor. E, em 2023, houve uma outra exceção, quando ela foi visitar estradas rurais com calça jeans e camiseta, em um visual que pode ser relacionado ao arquétipo de guerreira.

5.1.3 Arlete do Cabo: mulher simples e sem presença digital

Arlete Alves da Silva tinha 56 anos à época da eleição. É mulher, parda, casada e não concluiu o ensino fundamental. Natural de Governador Valadares, cumpre seu terceiro mandato como vereadora em Itambé do Mato Dentro, eleita em 2020 pelo AVANTE. Antes disso, passou pelo PMDB e pelo DEM. Em 2017, foi eleita presidenta da Câmara.

Possui um patrimônio declarado de R\$ 14.900,00, sendo uma moto Titan 160 e R\$ 2.000,00 em espécie. A exemplo da colega vereadora Daiane do Zé Elói, escolheu seu nome de urna escancarando a vinculação a um homem: Arlete do Cabo. Não possui presença digital: nem site e nem redes sociais, conforme informações prestadas por ela ao TSE, o que inviabilizou a análise proposta nesta pesquisa.

5.2. BOM JESUS DO AMPARO: REPRESENTATIVIDADE FEMININA, MAS NÃO FEMINISTA

A origem de Bom Jesus do Amparo remonta ao início do século XIX, já no final do ciclo do ouro em Minas Gerais, quando o coronel português João da Mota Ribeiro se assentou nas terras que viriam a compor o município. Ele se casou com Maria de Jesus Teixeira, filha de um rico fazendeiro da região, o capitão José Teixeira Alves, de quem herdou as terras em que construiria uma fazenda entre 1800 e 1815.

Nessas terras da fazenda, que ficavam incrustadas no Caminho dos Diamantes da Estrada Real, foi erguida a capela que depois se tornou matriz. Segundo a Wikipedia³⁷, havia na casa grande muitas dependências reservadas a hóspedes, sala de música, sala de reza e até uma biblioteca que chegou a possuir 3.500 volumes. A fazenda hoje é tombada pelo IPHAN e um dos principais chamarizes turísticos da cidade.

As terras da fazenda pertenceram aos municípios de Caetés, Santa Bárbara e Barão de Cocais, até a emancipação de Bom Jesus do Amparo, em 1953. Hoje, como município autônomo, pertence à microrregião de Itabira, que por sua vez está incluída na mesorregião metropolitana de Belo Horizonte, situando-se a 67 quilômetros da capital. Possui uma população de 5.631 habitantes, segundo o censo de 2022.

³⁷ https://pt.wikipedia.org/wiki/Bom_Jesus_do_Amparo

Bom Jesus do Amparo alcançou alto IRF ao eleger três mulheres entre seus nove vereadores em 2020, indicando que a cota de 30% cumpriu seu propósito. Aliás, não é de agora que o município é destaque na sua região pela histórica participação feminina na política. Em 1993, Inez Luzia Santos (MDB) tomou posse como a primeira prefeita do município e da região. A mesma Inez eleita em 2020 para nada mais nada menos que seu 10º mandato no legislativo.

A política sempre foi filiada ao MDB, partido que em 2020 elegeu o prefeito Pedro dos Santos Moreira, o Pedrada, além dela e outros dois vereadores. O mesmo número de cadeiras legislativas conquistadas pelo PDT, que também elegeu uma mulher, Elvira Maria Ferreira Mota, a Nitinha, além de outros dois homens.

A terceira mulher eleita em Bom Jesus do Amparo é Edilene Coelho, do PL, que entrou para seu terceiro mandato como vereadora. No mandato passado, ela ocupava o espectro da situação, já que a Prefeitura também era do PL. Chegou a ser eleita presidenta da Câmara do município.

5.2.1 Inez Luzia Santos: a exceção que confirma a regra

Inez Luzia Santos tinha 64 anos em 2020, quando se reelegeu para o seu 10º mandato como vereadora em Bom Jesus do Amparo, sua terra natal. Foi prefeita do município de 1993 a 1996, sendo a primeira mulher a ocupar o cargo. Ainda na década de 1990, foi a primeira e única mulher a presidir a Associação dos Municípios da Microrregião do Médio Rio Piracicaba (Amapi), que naquela época representava 17 prefeituras.

Segundo a reportagem “Pioneira na política regional”, Inez Santos afirma com base em um essencialismo clichê: “Mulher tem um olhar divino e precisa de coragem”. a reportagem foi publicada pelo jornal *A Notícia Regional*, em 12 de março de 2021. Ela é filha do caminhoneiro Raymundo Santos e da zeladora Antônia Pessoa Santos. Raymundo foi vereador e prefeito de Bom Jesus do Amparo. Sua mãe era prima do primeiro prefeito do município, Geraldo de Oliveira Pessoa.

Inez entrou para a política na década de 1970, quando foi incentivada pelo ex-prefeito Ivart João dos Santos a se filiar ao MDB, partido em que permanece até hoje. Em 2020, fazia oposição à prefeitura da cidade e tinha como principal padrinho político o deputado federal Newton Cardoso Júnior (MDB-MG), filho do ex-governador de Minas, Newton Cardoso.

Ela declarou ao Tribunal Superior Eleitoral ser solteira, branca, aposentada e com ensino superior. Recebeu um total de R\$ 6.700,00 para a campanha, sendo R\$ 1.200,00 dela

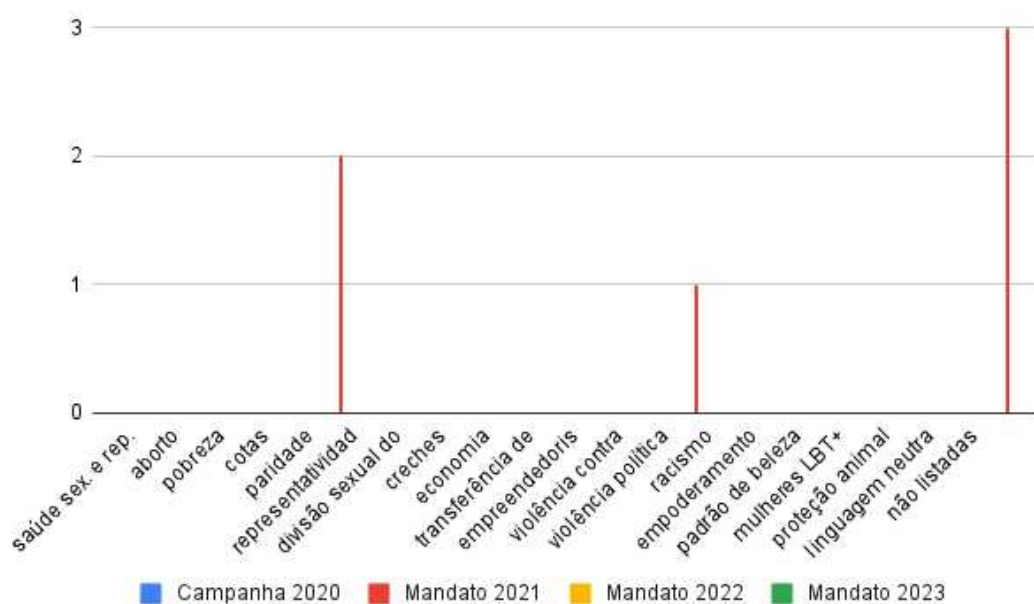
própria. Seu patrimônio declarado era de R\$ 1.078.000,00 à época da eleição. Nas suas redes sociais, ressalta valores como a importância da família e da religiosidade cristã, além de revelar sua paixão por motos.

Sua página no Facebook tem o endereço <https://www.facebook.com/inezsantos.santos>. Durante a campanha eleitoral de 2020, fez 43 postagens no *Facebook*, não se referindo às categorias dos feminismos em nenhuma delas. Ao contrário, teve o cuidado de se mostrar uma candidata não feminista. Um exemplo foi a publicação de um vídeo durante o Novembro Azul, lançando propostas para a saúde do homem. Uma estratégia adotada como forma de justificar a não primazia pelo seu gênero.

Em 2021, a vereadora, já no cumprimento do primeiro ano de mandato, diminuiu drasticamente o número de postagens: foram apenas 13. O interessante é que três delas remeteram a categorias do feminismo. No Dia da Consciência Negra ela publicou um *#tbt* de uma visita ao quilombo Felipe, realizada em 2015, invocando a luta contra o preconceito religioso contra religiões de matrizes africanas, que se inclui na categoria racismo para fins de análise nesta pesquisa. Nas outras duas ela abordou a questão da representatividade política, ou seja, da necessidade de se ter mais mulheres em cargos de poder.

Em 2022, foram apenas 11 postagens, nenhuma delas abordando categorias dos feminismos. Em 2023 fez 17 postagens, também sem dialogar com as categorias feministas. Inez, portanto, se manteve afastada de quaisquer polêmicas que pudessem surgir acerca de uma possível atuação dela que priorizasse as mulheres em detrimento a outros públicos. Apesar de não ser casada, não ser mãe e, portanto, não ostentar uma família tradicional, Inez se apresentou como uma católica fervorosa e uma cidadã conservadora nos costumes.

Gráfico 6 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Inez Santos



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

As postagens da liderança política não fazem jus a sua experiência de quem é filha de político, foi prefeita de Bom Jesus do Amparo, se elegeu para o 10º mandato como vereadora e tem o apadrinhamento político de uma forte liderança da região. Suas postagens parecem feitas por “profanos” e não por “profissionais”, para usar os termos propostos por Bourdieu (2021). Aparentam amadorismo e não exploram elementos usados para se alcançar a chamada “ação conectiva”, a lógica de utilização da web proposta por Bennett e Segerberg (2012). Não há *hashtags* e compartilhamentos que a conectem com discussões atuais e mesmo com as bandeiras do seu Partido, o MDB. As únicas exceções são publicações feitas pelo deputado Newton Cardoso Jr que eventualmente ela compartilha.

Imagem 4 - Santinho de Inez Santos



Fonte: Facebook

Quanto ao arquétipo de mulher candidata, durante a campanha oscilou bastante entre os principais: maternal, profissional e guerreira. A predominância, entretanto, ficou com a profissional, dada a aposta no extenso currículo político da candidata e o apadrinhamento político pelo deputado federal Newton Cardoso Júnior (MDB). Em 2021, primeiro ano de mandato, predominou o arquétipo maternal, enquanto no segundo, 2022, voltou a predominar o profissional. Em 2023, os arquétipos profissional e maternal se alternaram, predominando o primeiro.

Na sua cidade, a candidata foi a que mais compreendeu a necessidade de se posicionar na esfera pública conectada e a única que adotou parcialmente a campanha permanente, ao manter durante o cumprimento do mandato algum fluxo de postagens no seu perfil na plataforma digital *Facebook*, ainda que em volume menor do que na campanha eleitoral. A candidata entendeu o potencial do *#tbt* para recuperar registros de memória, embora o tenha usado em pequena escala. Entretanto, não aderiu à lógica da ação conectiva ao não investir na criação de situações que estimulassem a participação do público, como a utilização de enquetes, por exemplo.

5.2.2 Edilene Rosa Coelho Ferreira: um espírito empreendedor em defesa da meritocracia

Edilene Rosa Coelho Ferreira (PL) tinha 38 anos à época da campanha, quando foi eleita para seu terceiro mandato como vereadora. Desde o ano anterior, era presidenta da Câmara Municipal de Bom Jesus do Amparo, onde vive desde de 2004. Seu perfil no Facebook é <https://www.facebook.com/profile.php?id=100010996021871>.

Natural de Senhora do Carmo, ela conta em um vídeo de pré-lançamento da campanha eleitoral que foi para o município “atuar no ramo da madeira”. Em 2012, perdeu tudo devido a um incêndio. A lição que tirou do episódio é meritocrática e de espírito empreendedor: “A vida nos derruba: nós que escolhemos continuar caídos ou nos levantarmos”.

Com o mote “O trabalho tem que continuar”, ela se declarou ao TSE branca, com escolaridade superior incompleta e comerciante. Em 2020, comemorou 17 anos de casada e, no seu perfil no *Facebook*, destacou também o fato de ser mãe de três filhos e cristã. A construção do seu perfil obedeceu a uma lógica neoconservadora, com a exaltação da família tradicional, com casamento e maternidade, e do mérito individualista.

Seus gastos de campanha foram da ordem de R\$ 890,00, valor obtido a partir de recursos próprios. Seus bens declarados somavam R\$ 56.000,00 em 2020. Foi secretária de Saúde em 2009 e implantou o Plantão Médico na cidade, uma das suas realizações mais exploradas na campanha política que, embora não fosse retratada como uma pauta feminista, conectava a mulher à pauta dos cudiados e à luta em defesa da família, especialmente das crianças.

Depois, como vereadora, foi a responsável por conseguir emendas que garantiram o calçamento de ruas, duas ambulâncias e a implantação do CAC, o Centro de Atendimento ao Cidadão.

Fez campanha pela eleição do candidato a prefeito Joaquim Aparecido dos Santos, o Joaquim da Ambulância, também do PL, que perdeu o pleito para Pedro dos Santos Moreira, o Pedrada, do MDB. A candidata contou com o apoio do deputado estadual Gustavo Santana, também do PL.

No panfleto que lançou durante a campanha, no dia 17 de outubro de 2020, afirmou que foi a responsável pelas reuniões da Câmara passarem a ser transmitidas nas redes sociais. Seu aparente reconhecimento da esfera pública conectada, manifestado pela iniciativa, não se sustentou no mandato. Na campanha eleitoral, ela fez 20 publicações. Em 2021, já eleita, não fez nenhuma durante o período estudado, e em 2022 foram apenas 3. Em 2023, foi apenas 1 publicação, um *#tbt* de 4 anos atrás. Em nenhum momento destes 4 anos dialogou com categorias dos feminismos.

Gráfico 7 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Edilene



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Quanto ao arquétipo, foi profissional o tempo todo, com roupas, voz e postura adequadas ao arquétipo. A exceção foi o vídeo em que pede voto, já no final da campanha. Ela aparece no sofá da sua sala e começa seu discurso assim: “Eu, enquanto mãe, em desejo uma Bom Jesus do Amparo melhor”. O arquétipo adotado neste caso específico, portanto, foi o maternal.

Imagem 5 - Santinho de Edilene



Fonte: Facebook

Edilene não aderiu à lógica da ação conectiva, se eximindo de pautar ações que estimulassem a adesão do público. Também não apostou na campanha permanente, ao

desconsiderar a necessidade de se posicionar na esfera pública conectada durante o exercício do mandato.

5.2.3 Ditinha: política tradicional sem presença digital

Com o nome de urna “Ditinha”, Elvira Maria Ferreira Mota tinha 63 anos em 2020, quando se elegeu vereadora pelo PDT. Ao TSE, se declarou branca, divorciada, comerciante e com 2º grau completo. Arrecadou R\$2.338,49 em doações, sendo a maior contribuição, de R\$ 1.000,00, feita por ela mesma. Seu único bem declarado é uma casa no valor de R\$ 75.000,00.

Sem nenhuma presença na esfera pública conectada, Ditinha faz política ao modo antigo. Vereadora de 3º mandato segundo o site da Câmara Municipal de Bom Jesus do Amparo³⁸, foi filiado ao PSC de 2011 a 2016. Desde então pertence aos quadros do PDT, o partido que, ao lado do MDB, conseguiu a maior bancada de vereadores nas eleições de 2020, com três eleitos.

5.3 RIO ACIMA: VICE-PREFEITA E VEREADORA DO MESMO PARTIDO

Rio Acima alcançou alto IRF, de 0,19, porque, com seus 10.524 habitantes, elegeu uma vereadora e a vice-prefeita no pleito de 2020. A vereadora é Rayane Bárbara da Silva e a vice-prefeita é Maria do Socorro Barbosa Teixeira, ambas do PDT. Junto ao prefeito eleito Felipe Gonçalves Santos, o Felipe do Waldiney, também do PDT, a última ajudou a derrotar outra mulher: a candidata à prefeitura Maria Auxiliadora Ribeiro, a Dorinha, do SOLIDARIEDADE, uma mulher preta que se tornou a primeira prefeita do município em 2016, pelo Partido Verde.

Incrustado no Caminho de Sabarabuçu, a apenas 39 quilômetros da capital Belo Horizonte, Rio Acima é considerado o berço da Serra do Gandarela, tombada como Patrimônio Histórico, Arqueológico, Paisagístico e Cultural em 2014, protegendo as águas que abastecem a região metropolitana da capital. Tudo isso garante a Rio Acima um vasto patrimônio ambiental sustentado por um rico circuito de cachoeiras capazes de movimentar o turismo regional. Soma-se a isso o fato de Rio Acima ser o único município da região totalmente inserido na Área de Proteção Ambiental (APA) Sul, que contempla 14 municípios da grande BH.

Segundo o site da Prefeitura de Rio Acima, a história do município remonta a 1736, quando surgiu o povoado de Santo Antônio de Rio Acima às margens do Rio das Velhas. “O

³⁸ <https://www.bomjesusdoamparo.mg.leg.br/institucional/parlamentares/elvira>

casario barroco, incluindo a icônica Capela de Santo Antônio e a Capela do Rosário, conta a história de um passado rico. A cidade desempenhou um papel crucial na Estrada Real, sendo visitada pelo casal real D. Pedro I e D. Leopoldina em 1831”.

O site enumera ainda a influência da ferrovia, da Siderúrgica Santo Antônio e das cerâmicas Giannetti e Morgan como capítulos importantes da evolução econômica de Rio Acima: “Testemunhando o nascimento de clubes esportivos, a criação de escolas e a fundação de instituições culturais, como a Biblioteca Pública Machado de Assis, a cidade se desenvolveu ao longo dos anos”.

De acordo com a *Wikipédia*³⁹, em sua divisa com Itabirito encontra-se um dos mais relevantes trechos da Estrada Real: a via que fazia a ligação entre Santa Bárbara e Ouro Preto, através da única passagem na Serra do Espinhaço. Conforme o site, esta passagem é um local conhecido como "Bocaina" e está localizado na Serra do Gandarela, que faz parte da Serra do Espinhaço. “Os escravizados fugitivos, na época do império, armavam ciladas para as tropas reais em busca de ouro, armas, animais de carga e suprimento”, explica a *Wikipédia*. Por isso, o então governador da província, Visconde de Barbacena, seguindo ordens de Portugal, construiu uma base para garantir a passagem, a "Fazenda da Casa de Pedra".

5.3.1 Rayane Bárbara da Silva: feminista declarada em função legislativa

Outra nativa digital, Rayane Bárbara da Silva usa a página do Facebook <https://www.facebook.com/rayane12211>. Sua participação online, entretanto, é ínfima. Branca, solteira, formada em Arquitetura e urbanismo, tinha 27 anos em 2020 e foi eleita pelo PDT. É filha de Rossoni Justino da Silva, vereador por três mandatos, e a única mulher eleita vereadora nesta legislatura.

Arrecadou R\$ 1.102,00 na campanha eleitoral, dos quais gastou os R\$ 645,00 que de fato entraram na sua conta, já que o restante eram recursos estimáveis. Não declarou possuir bem.

No seu panfleto de campanha se apresenta, primeiro, como defensora dos direitos femininos, e, depois, em uma versão corrigida, como defensora dos direitos das mulheres. No site da Câmara, em perfil atualizado depois da sua posse, apresenta-se da seguinte forma: “feminista, luta por maior participação das mulheres na política”. O tema representatividade, inclusive, foi o carro-chefe da sua campanha eleitoral. Das cinco publicações que fez no período, três o abordam. Não há referências a outras categorias dos feminismos.

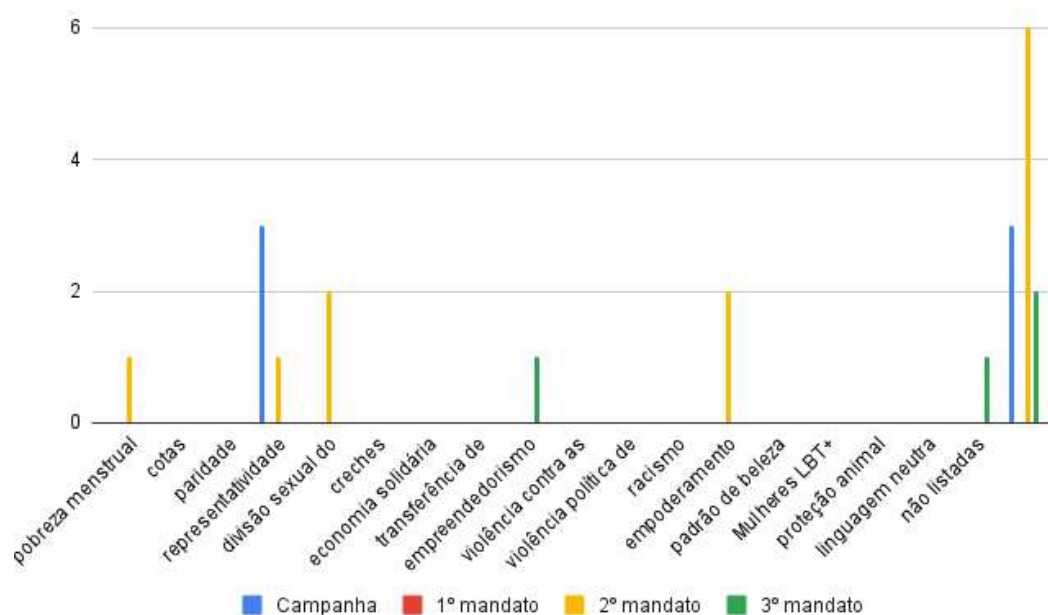
³⁹ https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio_Acima

No primeiro ano de mandato, Rayane fez apenas uma postagem no *Facebook*, na qual não abordou nenhuma categoria dos feminismos. A preocupação com a campanha permanente só aparece no ano seguinte, em 2022, quando ela faz sete postagens, sendo que três delas abordam quatro diferentes categorias dos feminismos: representatividade, divisão sexual do trabalho, empoderamento e pobreza menstrual. Os três últimos temas aparecem especificamente em uma única ação do seu mandato, quando ofereceu oficinas de escultura em balão e pintura corporal especificamente para mulheres, com o objetivo de capacitá-las para aumentarem suas rendas. De forma transversal, falou sobre pobreza menstrual ao pedir que as participantes da oficina doassem absorventes higiênicos para a criação de uma caixinha para pessoas necessitadas.

No terceiro ano de mandato, voltou a se descuidar da campanha permanente, fazendo apenas duas publicações no período analisado: uma delas apresentando as suas indicações para gastos dos recursos municipais e a outra apresentando uma compilação das suas emendas impositivas. No primeiro caso não havia ações específicas para mulheres, mas ações genéricas, não listadas entre as categorias utilizadas nesta análise.

De maneira geral, tanto a sua comunicação da campanha quanto a de mandato foram pouco profissionais e atrativas. A despeito do santinho seguir uma tendência moderna e arrojada que se popularizou muito naquelas eleições, Rayane usou pouco o *Facebook*, não introduziu recursos como a utilização de *hashtags*, a marcação de pessoas ou a promoção de enquetes para engajar os eleitores. Em função de tudo isso, ela surpreendeu negativamente já que, mesmo sendo uma nativa digital, não fez um bom uso da plataforma digital *analisada*, e principalmente porque, mesmo se declarando feminista, não abarcou pautas importantes para a luta das mulheres. Ela também não se autodeclarou religiosa.

Gráfico 8 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Rayane



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Em relação ao arquétipo, Rayane foi guerreira durante toda a sua campanha. No primeiro ano de mandato, manteve o mesmo perfil em sua única publicação. Em 2022 e 2023, porém, passou a oscilar entre guerreira e profissional, mudando o visual, incluindo aí o cabelo, que passou a ser escovado, e as roupas, que passaram a incluir camisas de tecidos e blazers. Não fez nenhuma referência à religiosidade em nenhum dos 4 anos abarcados por esta pesquisa.

Imagem 6 - Santinho de Rayane



Fonte: Facebook.

5.3.2 Maria do Socorro Barbosa Teixeira: uma vice fora das redes

Maria do Socorro Barbosa Teixeira, cujo nome de urna foi apenas Maria do Socorro, tinha 66 anos em 2020, quando foi eleita vice-prefeita de Rio Acima. Se autodeclarou branca, viúva, dona de casa e com ensino médio incompleto.

Seu patrimônio declarado foi de R\$ 515.000,00, incluindo uma casa e um fiat pálio. Já havia concorrido à vice-prefeita outras três vezes, duas delas pelo PMDB, em 2004 e 2088, e uma pelo PSL, em 2016. Não apresentou prestação de contas à Justiça eleitoral, obrigação apenas dos candidatos a prefeito ou prefeita.

Não manteve presença nas redes sociais nem na campanha nem no cumprimento do mandato, impedindo a análise prevista nesta pesquisa.

5.4 CONCEIÇÃO DO MATO DENTRO: MULHER VOTA EM MULHER?

A história de Conceição do Mato Dentro, como a de tantas outras cidades históricas mineiras, está inserida no contexto da corrida do ouro que tomou conta de Minas Gerais no século XVIII. De acordo com o site da Prefeitura do município, “relatos dão conta de que a primeira expedição para Conceição do Mato Dentro teria chegado à região em meados do século XVI (1573), comandada por Fernandes Tourinho. Entretanto, foi em janeiro de 1701 que um grupo de bandeirantes, partindo de Sabará sob o comando do coronel Antônio Soares Ferreira atingiu, ao fim da jornada, a região conhecida como Ivituruí, ou Serro Frio. Entre os sertanistas, Gaspar Soares, Manoel Corrêa de Paiva e Gabriel Ponce de Leon.”⁴⁰.

O mesmo site informa que, em 1702, Gabriel Ponce de Leon ergueu uma capela para Nossa Senhora da Conceição. A cidade se desenvolveu na esteira da mineração. Quando a sanha exploratória exauriu o ouro do local, o povoado passou a viver da agricultura e da pecuária ostensiva. Hoje, a principal atividade econômica do município é o turismo, nas suas diferentes formas: religioso, histórico, cultural e ecológico: a cidade se auto intitula a capital mineira do ecoturismo. Segundo o censo do IBGE de 2022, possui 23.163 habitantes.

Conservadora na política, Conceição do Mato Dentro não ostentava mulheres vereadoras há muitos anos quando, em 2020, duas mulheres foram eleitas para o posto, sinalizando a mudança no legislativo local. De acordo com a reportagem “Com poucas mulheres eleitas, Câmaras de Vereadores mineiras seguem com maioria masculina”, publicada pelo Estado de Minas, em 23 de novembro de 2020⁴¹, o município de Conceição do Mato Dentro assistiu à reeleição de 81% dos atuais vereadores. “Os 19% de renovação ficaram por conta da eleição de duas mulheres ao legislativo. Beatriz Madureira (MDB) e Dayse Picão (MDB) chegam após anos sem nenhuma representante do sexo feminino na cidade.”⁴²

A vice-prefeita Ivete Otoni (MDB), por sua vez, foi reeleita para a função que ocupava desde 2016, na chapa encabeçada pelo prefeito José Fernando Aparecido de Oliveira, o Zé Fernando, cabeça da coligação Fé, esperança e amor, que concentrava, além do MDB, REDE, PSL e PP.

⁴⁰ <https://www.cmd.mg.gov.br/quando-tudo-comecou>

⁴¹

https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/11/23/interna_politica,1210008/com-poucas-mulheres-eleitas-c-amaras-de-veredores-mineiras-seguem-com.shtml

⁴²

https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/11/23/interna_politica,1210008/com-poucas-mulheres-eleitas-c-amaras-de-veredores-mineiras-seguem-com.shtml

5.4.1 Ivete Otoni: a vice-prefeita da continuidade

Vice-prefeita de Conceição do Mato Dentro, Ivete Otoni foi reeleita pelo MDB, na chapa encabeçada pelo prefeito José Fernando Aparecido de Oliveira, o Zé Fernando, na coligação Fé, esperança e amor, que concentrava, além do MDB, REDE, PSL e PP.

Com 63 anos à época da eleição, ela é mãe de cinco filhos e casada há 40 anos. Ao TSE, declarou ter ensino médio completo e exercer a ocupação de bancária. Nascida na cidade, ela explica em um vídeo de campanha que precisou deixar o município para “cuidar dos estudos e trabalhar”, mas que voltou assim que pode. Declarou ao TSE possuir um patrimônio de R\$ 5.143.691,45, incluindo casas, terrenos, carros, poupança e aplicações.

Ainda conforme o vídeo de campanha, ela seguiu os passos do pai, um político tradicional da região conhecido como Juju. Antes disso, foi vereadora do município. Sua carreira profissional começou quando era funcionária do Banco do Brasil, segundo sua página no *Facebook*: <https://www.facebook.com/iveteotoniabreu.abreu>.

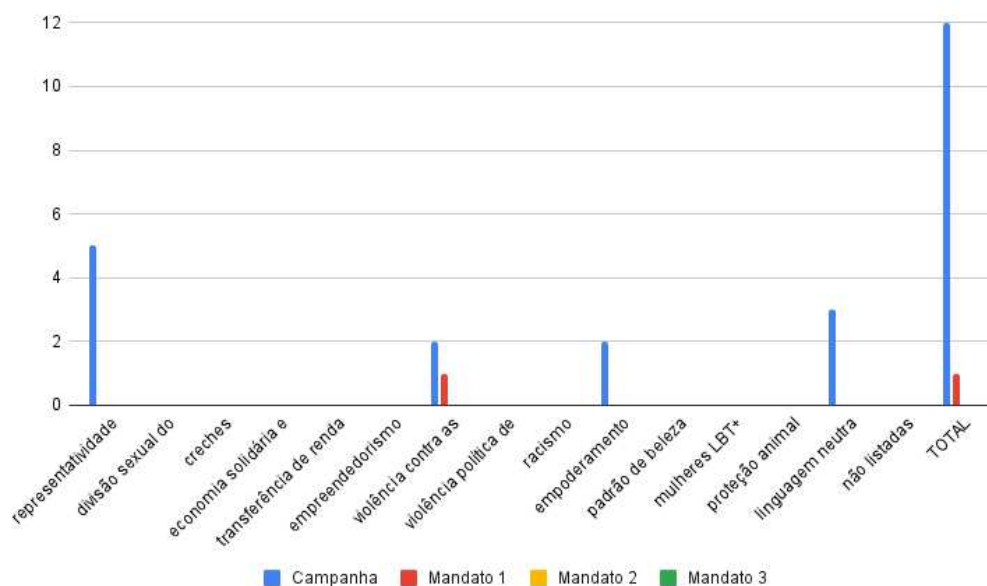
Na sua primeira gestão como vice-prefeita (2016-2020) afirma ter trabalhado arduamente para garantir a representatividade feminina em Conceição do Mato Dentro. Além dela na vice-prefeitura, eram mais sete mulheres secretárias, inclusive Beatriz Madureira, eleita vereadora em 2020.

A luta contra a violência contra as mulheres também é uma das suas marcas. “Uma das batalhas mais importantes da minha vida é a valorização e a proteção da mulher. E um feito que conquistamos juntas foi a criação do Conselho Municipal da Mulher em Conceição do Mato Dentro”, afirma ela em vídeo⁴³.

Em 2020, na disputa pela reeleição, usou o mote “mulher vota em mulher”, em um apelo legítimo à representatividade feminina. Naquele momento, não havia nenhuma mulher vereadora na Câmara do município. Por isso, ela fez campanha não só para si, mas também para outras mulheres que disputavam uma vaga legislativa. No santinho que compõe ao lado do candidato a prefeito, Zé Fernando, ela fica imagética e textualmente em segundo plano: além de posicionada atrás do candidato, o *slogan* utilizado é: “É o Zé que o povo quer”.

⁴³ <https://www.facebook.com/100001759513204/videos/3298050966930188/>

Gráfico 9 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Ivete Otoni



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Durante a campanha eleitoral, ela fez 28 postagens na sua página do *Facebook*. Destas, 9 dialogam com as categorias dos femininos definidas como parâmetro para esta pesquisa. Ela se referiu 5 vezes à representatividade, 2 à violência contra as mulheres e 3 ao empoderamento. Além disso, ela usou linguagem neutra em 3 postagens.

No primeiro ano de mandato, ela fez apenas 7 postagens, sendo somente uma relacionada aos feminismos. O tema era a violência contra as mulheres. Nos dois anos seguintes, ela fez apenas 1 postagem em cada um, nenhuma delas com referência aos feminismos. Portanto, a vice-prefeita desconsiderou tanto a importância da campanha permanente quanto a da luta das mulheres. Não manifestou preferência religiosa.

Imagem 7 - Santinho de Ivete Otoni



Fonte: *Facebook*.

O arquétipo preponderante tanto na campanha quanto no exercício do mandato foi o maternal, estereótipo que ela alimenta em função do grande número de filhos, do casamento perene e dos seus 62 anos. As roupas e acessórios usados a ajudam a fixá-lo, mas o sorriso cativante é o que define, de fato, a personagem adotada.

5.4.2 Beatriz Madureira: uma feminista não declarada

Natural de Conceição do Mato Dentro, Beatriz Madureira tinha 52 anos à época do pleito em que se elegeu como a segunda vereadora mais bem votada, com 816 votos. Segundo a página da Câmara Municipal do município, ela atuou como secretária de Desenvolvimento Social na gestão anterior, do prefeito José Fernando Aparecido de Oliveira, o Zé Fernando e, antes disso, como secretária-executiva da Associação dos Municípios da Microrregião do Médio Espinhaço (AMME) por 21 anos.

Sua página no *Facebook* foi criada em 25 de setembro de 2020, dois dias antes do início do período legal de propaganda eleitoral: https://www.facebook.com/beatrizmadureiracmd/about_profile_transparency.

Segundo informações prestadas ao TSE, ela é parda, possui ensino superior completo, com a profissão de assistente social. No seu perfil da Câmara dos Vereadores,

afirma que é casada e mãe de quatro filhos. Já na sua página do *Facebook*, consta que perdeu a mãe muito cedo, passando a cuidar dos seus cinco irmãos.

Ela se candidatou pelo MDB, partido isolado, mas que contava com o prestígio do então prefeito Zé Fernando, reeleito para mais um mandato. Declarou possuir um patrimônio de R\$98.346,28 e ter recebido doações para a campanha que totalizaram R\$11.012,03.

Nos quatro anos considerados por esta pesquisa, ela se mostrou muito religiosa, publicando sempre conteúdos que a conectavam à religião católica, como fotos de igrejas e de imagens de santos, calendários de festas religiosas e menções a Jesus Cristo e a Deus. Em uma única ocasião, publicou uma frase atribuída a Emmanuel, mentor do espiritismo, outra religião de base cristã.

Durante a campanha, Beatriz foi bastante atuante no seu perfil do *Facebook*, com conteúdos interessantes e profissionais em relação ao texto e design. Também é característica deste perfil o descuido com estratégias essenciais à ação conectiva, como o uso de *hashtags* e marcações de outros perfis. Foram 52 conteúdos diversificados, envolvendo principalmente textos, cards e vídeos. Destes, 6 trataram especificamente de categorias dos feminismos, como representatividade, empoderamento, violência contra as mulheres e saúde sexual e reprodutiva.

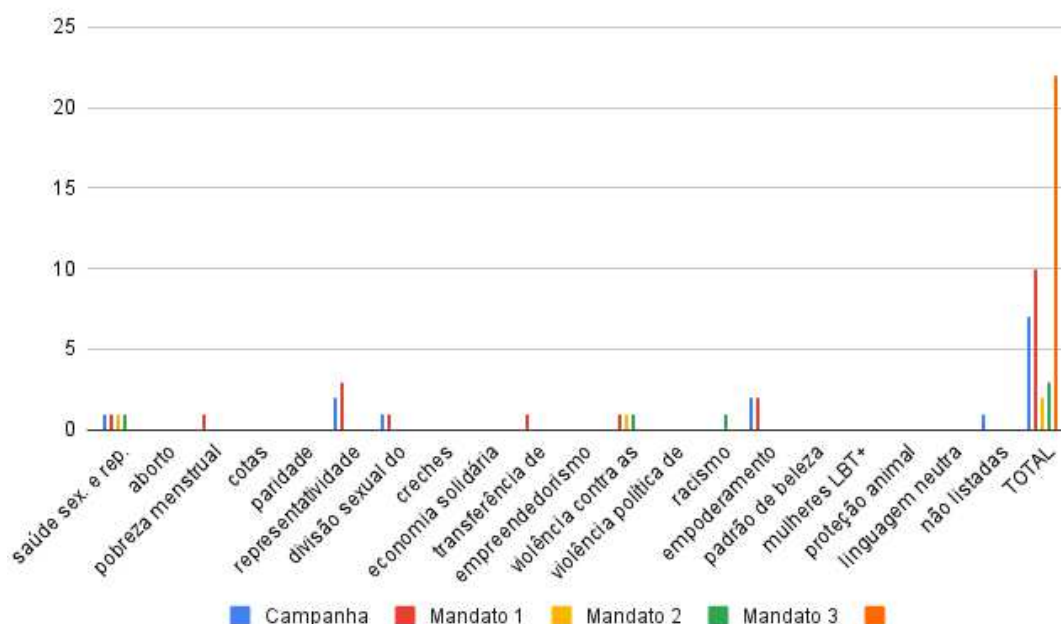
No primeiro ano de mandato, seu ritmo de publicação caiu drasticamente, prejudicando o estabelecimento de uma estratégia adequada de campanha permanente. Foram apenas 14 publicações, sendo que 3 delas abordaram categorias dos feminismos. Em 2 delas, se destacaram as categorias de representatividade e empoderamento. A outra publicação, porém, trouxe uma retrospectiva do ano, com um conjunto de 153 cartões publicados por ela no período. Assim, foi possível verificar que Beatriz tratou de muitas categorias dos feminismos, algumas delas mais de uma vez.

As publicações falaram de violência contra as mulheres; representatividade, divisão sexual do trabalho, transferência de renda, pobreza menstrual e saúde sexual e reprodutiva, pautas que, em muitos casos, foram transformadas em requerimentos, projetos de lei e até leis aprovadas. Assim tornou-se possível atestar o comprometimento da vereadora com as causas femininas. Ela cumpriu suas promessas de campanha de apresentar projetos para combater a violência contra as mulheres, garantir absorventes para estudantes de escolas públicas e mulheres de baixa renda e distribuir camisinhas femininas na cidade.

Em 2022, o número de postagens diminuiu um pouco mais: foram apenas 12, sendo 2 delas retratando projetos de lei ligados a categorias dos feminismos. Uma delas abordou a saúde sexual e reprodutiva e a outra tratou de combater a violência contra as mulheres.

Em 2023, foram 13 postagens, com três delas abordando questões dos feminismos. As categorias enfrentadas foram racismo, violência contra as mulheres e saúde sexual e reprodutiva.

Gráfico 10 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Beatriz Madureira



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Pelo histórico familiar e profissão, Beatriz teria todos os atributos para se projetar como uma candidata maternal. Entretanto, todo o seu material de campanha a construiu como uma candidata profissional, da expressão corporal ao vestuário. Um erro estratégico, primeiro porque o perfil maternal é mais aceito nos rincões conservadores e, segundo, porque quando aparecem suas fotos e vídeos mais espontâneos, feitos sem total controle da equipe de marketing, fica ainda mais evidente que sua vocação é para encarnar o perfil maternal. É o perfil maternal que acompanhou sua imagem virtual até o dia 28 de dezembro de 2021, quando ela publicou uma foto com o cabelo raspado, informando que estava lutando contra um câncer de mama. A partir daí, ela passou a representar o arquétipo da mulher guerreira, como é natural em casos de luta pela vida. De qualquer forma, prevaleceu o arquétipo maternal.

Imagem 8 - Santinho Beatriz Madureira



Fonte: *Facebook*.

5.4.3 Dayse Picão: sem lastro no mundo digital

Dayse Mariano de Paula foi eleita vereadora de Conceição do Mato Dentro em 2020 com o nome de urna de Dayse Picão, engrossando a lista das mulheres políticas da Estrada Real sem nenhuma presença no mundo da internet.

Sua página no *Facebook* (<https://www.facebook.com/profile.php?id=61558995340207>) foi criada apenas em 13 de maio de 2024. Portanto, não foi possível fazer a análise das publicações em redes sociais que deveriam ajudar a construir seu perfil no mundo digital, especialmente em uma campanha em que as plataformas digitais tiveram um papel tão fundamental.

Sobre ela, é possível afirmar, com base nas informações disponibilizadas pelo TSE, que nasceu em 25 de outubro de 1969. Portanto, tinha 51 anos à época da eleição. Branca e casada, nasceu no próprio município em que se elegeu pelo MDB, partido isolado naquele pleito.

Com ensino superior completo, declarou ocupar a profissão de empresária, com um total de bens da ordem de R\$ 4.515.510,75. Para sua campanha, declarou ter recebido R\$ 13.516,03 em doações.

De acordo com a reportagem “Com poucas mulheres eleitas, Câmaras de Vereadores mineiras seguem com maioria masculina”, publicada pelo Estado de Minas, em 23 de

novembro de 2020⁴⁴, ela nasceu na comunidade do Sapo, um distrito de Conceição do Mato Dentro, e vem de uma família de longa tradição na política. Com 350 votos, foi a 7ª mais votada no pleito. Nas suas redes, não há registro de preferência religiosa. Também não há registro online de possível santinho utilizado por ela nas eleições de 2020.

5.5 OURO PRETO: UMA VOZ LGBTQIA+

Marco zero dos quatro caminhos que compõem a Estrada Real, Ouro Preto foi o epicentro da corrida do ouro que marcou a história colonial brasileira. Não por acaso, o município fundado com o nome de Vila Rica veio a se tornar a capital da Capitania de Minas Gerais, oficializada em 1720. Foi, portanto, o berço econômico do que é hoje o Estado de Minas Gerais, acumulando a pequena parte da riqueza proveniente da exploração aurífera que não foi para Portugal. Também foi palco de revoltas determinantes, como a Inconfidência Mineira. E, ainda, berço cultural do país, ao moldar o modelo de sociedade em que foram gestadas muitas das práticas patriarcais que ainda marcam o modo de ser dos brasileiros.

Em 1823 a cidade passou a se chamar Ouro Preto. Mais tarde, com a escassez do ouro, perdeu sua posição de capital da província para Belo Horizonte, em 1897. Sem o metal precioso e sem a estrutura político-administrativa de capital da província, entrou em declínio econômico e político. Acabou estagnada no tempo. Mas o que parecia ser um grande problema, acabou por se transformar no que hoje é tido como o grande atrativo da cidade. Batizada de museu a céu aberto, Ouro Preto se tornou uma das cidades turísticas mais visitadas do país. Por conta disso, foi a primeira cidade brasileira a receber o título de Patrimônio Mundial pela UNESCO, o que estimulou o turismo por suas ruas e vielas barrocas, abarrotadas de casas coloniais e igrejas exuberantes, esculpidas por gênios como Aleijadinho.

A *Wikipédia*⁴⁵ apresenta uma lista com os 41 líderes do Executivo ouro-pretano desde 1889, incluindo prefeitos eleitos democraticamente, prefeitos interinos, agentes executivos e interventores. Dentre eles, há uma única mulher: Marisa Maria Xavier Sans, uma professora e política mineira eleita prefeita em 2000, pelo PDT, com 55,49% dos votos válidos. Filha do também ex-prefeito Benedito Gonçalves Xavier, ela foi acusada de corrupção, o que acabou por encerrar sua carreira política. Em 2008, ela foi multada em 30 vezes seu salário de prefeita por ter realizado o carnaval no município sem a devida autorização do IPHAN. Em 2011, ela

⁴⁴

https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/11/23/interna_politica,1210008/com-poucas-mulheres-eleitas-camaras-de-vereadores-mineiras-seguem-com.shtml

⁴⁵ https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_prefeitos_de_Ouro_Preto

foi convidada a ocupar a vice-presidência da Fundação de Arte de Ouro Preto, um cargo criado sob encomenda para ela pelo então governador do Estado, Antônio Anastasia (PSDB). Frente ao escândalo gerado, ela sequer tomou posse.

Em 2015, foi acusada de improbidade administrativa por usar dinheiro público irregularmente para financiar matérias de jornais e programas de rádio e TV em benefício próprio, quando ainda era prefeita. O prejuízo, à época, foi estimado em R\$ 1,3 milhão e a sentença resultante do julgamento suspendeu os direitos políticos da ex-prefeita por 8 anos. Em 2016, após nova acusação de improbidade administrativa, ela foi condenada pela compra de um celular superfaturado, no valor de cerca de R\$ 15 mil.

Hoje, Ouro Preto possui 74.824 habitantes, conforme o censo do IBGE de 2022. Sua principal atividade econômica é o turismo, mas a indústria de mineração ainda é forte no município. Nas eleições de 2020, elegeu uma vice-prefeita e uma vereadora, o que contribuiu para seu alto IRF.

5.5.1 Regina Braga: a vice-prefeita lésbica no berço do conservadorismo mineiro

Maria Regina Braga, filiada ao REPUBLICANOS na época da eleição, é branca, com escolaridade superior completa e tinha 56 anos quando foi eleita. Ao TSE, se declarou solteira, apesar de ter um filho, o que pode parecer um comportamento pouco usual para mulheres políticas de um território conservador. Foi ainda mais ousada quando, já durante o cumprimento do mandato, se assumiu lésbica ao dizer que vive com uma companheira⁴⁶, no seu perfil do *Facebook*: <https://www.facebook.com/ReginaBragaOP>. Ao TSE, declarou possuir um patrimônio de R\$ 269.867,69, incluindo um carro, um terreno e um apartamento em Belo Horizonte, o que a credencia como uma mulher da classe trabalhadora.

Nascida e criada no distrito de Engenheiro Correa, Regina Braga usou e abusou da imagem da devota da Igreja Católica tanto durante a campanha quanto no cumprimento do mandato. No entanto, não desconsiderou ou criticou manifestações religiosas da cultura afro-brasileira, abordadas especialmente durante as atividades da Semana de Consciência Negra, como forma de comprovar seu compromisso com a liberdade religiosa em uma cidade em que 70% da população é negra.

⁴⁶

[https://www.facebook.com/photo/?fbid=7302837936405063&set=pcb.7302838033071720&__cft__\[0\]=AZXQG F-dDAr9qYmOhpLELAihcCFcgF_mbDlGPKlL_szzsaUSMoUfU_7ZO8IkogGVRMGiSDmmix2UKszWgMEA-WaLMcp42EvXwIQab0lSjylhuXS9rvB7y5vuUk-VncBCXIIfbyXLiv_6uWdhbr0pZS-80lYwsxXEwxu5AQRFeu e-k2Q&__tn__=*bH-R\)](https://www.facebook.com/photo/?fbid=7302837936405063&set=pcb.7302838033071720&__cft__[0]=AZXQG F-dDAr9qYmOhpLELAihcCFcgF_mbDlGPKlL_szzsaUSMoUfU_7ZO8IkogGVRMGiSDmmix2UKszWgMEA-WaLMcp42EvXwIQab0lSjylhuXS9rvB7y5vuUk-VncBCXIIfbyXLiv_6uWdhbr0pZS-80lYwsxXEwxu5AQRFeu e-k2Q&__tn__=*bH-R))

Foi vereadora de Ouro Preto por 5 mandatos consecutivos. Antes do último chegar ao fim, se candidatou a vice-prefeita, tendo o candidato Ângelo Oswaldo, do PV, como cabeça de chapa, pela coligação Viva Ouro Preto, composta pelas legendas REPUBLICANOS / REDE / PSB / PV / PC do B / PL. Apesar do registro de seis candidaturas para concorrer à eleição 2020, ela e Ângelo enfrentaram uma campanha extremamente polarizada na qual eles construíram o que classificaram como uma grande frente ampla. Tiveram apoio de partidos como o PCdoB, que abriram mão de lançar candidatura própria, e do Solidariedade, que desistiu no meio da corrida. No final de 2023, já no 3º ano de mandato, Regina Braga trocou o Solidariedade pelo PSC.

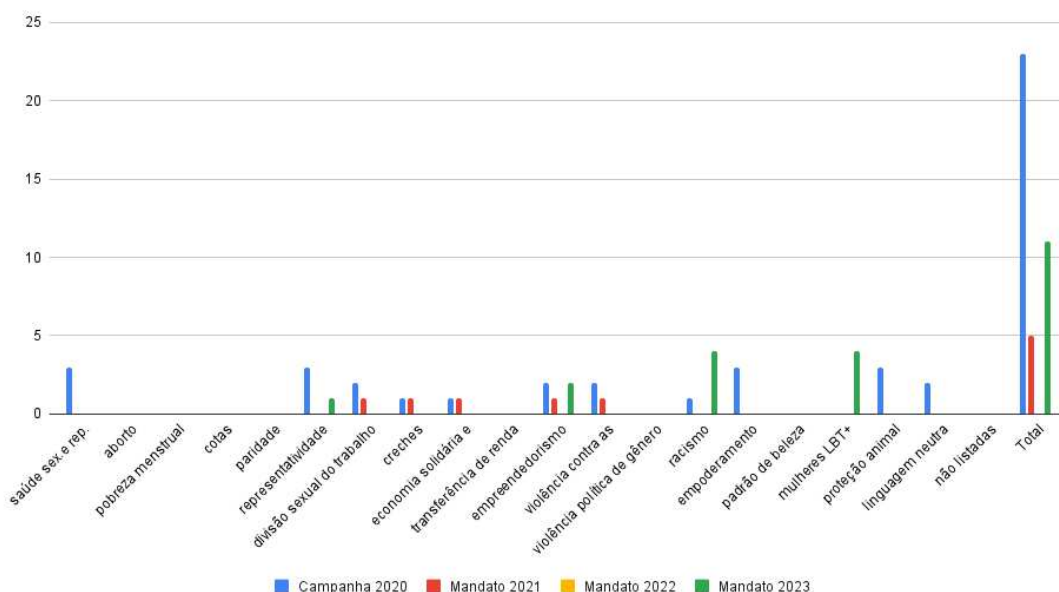
Ângelo foi prefeito por outros três mandatos, foi secretário de Estado da Cultura de Minas Gerais, ministro interino da Cultura e diretor do IPHAN. Apesar do estofamento do candidato, Regina garantiu quase o mesmo espaço que ele na propaganda da chapa que, na eleição, usou a cor verde, adotou um *jingle* clássico com música crescente e alta qualidade da propaganda política em geral, com muito uso do audiovisual. O mote “Ouro Preto feliz outra vez” também se transformou em *hashtags* para trabalho nas redes: *#OuroPretoFelizOutraVez*. Fez, portanto, uma campanha eleitoral profissional, com exemplar uso de *hashtags* e outras táticas de ação conectiva.

Durante a campanha eleitoral, Regina Braga fez 131 publicações, todas elas de alta qualidade técnica. Mesmo sendo candidata à vice, ela obteve um espaço quase equivalente ao do candidato a prefeito, participando ativamente dos vídeos e fotos de campanha, o que garantiu uma farta documentação para a análise do seu arquétipo. Além disso, também postou conteúdos próprios. Do total de publicações, 18 se referiram a categorias dos feminismos como representatividade, saúde sexual e reprodutiva, violência contra as mulheres, racismo, agroecologia e proteção animal.

A candidata evitou temas mais polêmicos, como aborto. Preferiu abraçar temas atuais, como a proteção animal e a agroecologia, demonstrando familiaridade com os feminismos mais contemporâneos. De qualquer modo, não se esquivou das pautas estruturais que seguem imperativas. Do ponto de vista das demais pautas históricas dos feminismos, ela abordou a divisão sexual do trabalho, que faz a interseccionalidade entre gênero e classe, e a violência contra as mulheres, interpretada por conservadores e progressistas como tema chave na agenda feminista, e ainda a representatividade, que une os dois espectros políticos. Dentre as novas pautas introduzidas na agenda feminista, falou sobre economia solidária e agroecologia, um dos carros-chefes do ecofeminismo, e sobre proteção animal, um dos temas mais fortes

das eleições 2020, justamente por mobilizar eleitores da direita e da esquerda em uma causa comum.

GRÁFICO 11 - NÚMERO DE POSTAGENS NO FACEBOOK DE ACORDO COM OS TEMAS ABORDADOS DURANTE A CAMPANHA E NO EXERCÍCIO DO MANDATO DE REGINA BRAGA



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Em 2021, as publicações caíram drasticamente para apenas 15. Regina Braga se limitou a postar eventos da sua agenda pessoal, desconsiderando as demais ações da prefeitura e possíveis interpretações pessoais sobre o mundo ou diálogos com outras pautas nacionais. Do total de conteúdos produzidos no período, dialogou com temas das agendas feministas em apenas 4 postagens, que abordaram violência contra as mulheres, divisão sexual do trabalho, creche, economia solidária e agroecologia e empreendedorismo. Quase todas elas pautas que já havia abordado durante a campanha. Uma das exceções foi a questão das creches, uma outra pauta polêmica dos feminismos, que agrada as mulheres que acreditam no equipamento social como alternativa para garantir a inserção da mulher no mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que é criticada por outras, que afirmam que as creches só servem para obscurecer a luta pela remuneração dos trabalhos de cuidados. A outra exceção foi o empreendedorismo, muito criticado pelas progressistas e radicais por incorporarem o pior do capitalismo: uma forma de relação trabalhista que deixa a trabalhadora completamente desassistida de direitos e

ainda impõe a pecha meritocrática que de cabe somente ao indivíduo se esforçar o suficiente para alcançar o sucesso.

Em 2022, no segundo ano de mandato, o volume de publicações caiu ainda mais, sendo registrados apenas seis compartilhamentos de conteúdos. Nenhum deles fez alusão às pautas dos femininos, desconectando a vice-prefeita das lutas das mulheres. Em 2023, porém, ela ampliou consideravelmente o número de postagem, passando a agregar conteúdos da Prefeitura e da sua agenda executiva, assumindo temáticas mais polêmicas, como a defesa da luta LBT+. Foram 107 conteúdos divulgados, dos quais 10 dialogaram com pautas dos feminismos. Os destaques ficaram com o racismo e a luta LBT+. No primeiro caso, a pauta foi favorecida pelo período analisado. Em novembro, comemora-se o Dia da Consciência Negra, o que agenda uma série de eventos que discutem o racismo estrutural contra negros em geral e mulheres negras em particular. Em relação à LBT+ (na verdade estendida a toda a comunidade LGBTQIAPN+), as postagens do período marcaram o início de uma abordagem mais direta da vice-prefeita a um tema com o qual se identifica e sustenta um lugar de fala.

A julgar pelos quatro anos pesquisados, a vice-prefeita manteve uma utilização potente e profissional das redes sociais, embora nem sempre equilibrada em relação ao volume de postagens por período: foram um total de 260 postagens, com 39 referências às categorias dos feminismos. De uma maneira geral, Regina Braga enfrentou alguns temas polêmicos, mas não pautas realmente radicais como, por exemplo, a defesa do direito ao aborto ou a defesa da oferta de procedimentos transsexualizador pelo poder público. Essas duas reivindicações, embora invisibilizadas nos pequenos e médios municípios da Estrada Real, foram enfrentadas em Juiz de Fora, o maior município do circuito turístico. A vereadora Tallia Sobral (PSOL) se elegeu defendendo o aborto amplo e irrestrito, enquanto a prefeita Margarida Salomão (PT), não apenas prometeu, como viabilizou, em convênio com o Hospital Escola da Universidade Federal de Juiz de Fora, a oferta das operações para mudança de sexo pelo poder público.

Imagem 9 - Santinho de Regina Braga



Fonte: *Facebook*.

Em relação ao arquétipo de mulher candidata, Regina abraçou o de guerreira, com base no seu vestuário, adereços, formas de disputar espaços de visibilidade com o prefeito e, principalmente, pela sua ousadia em se assumir como mulher lésbica. Entretanto, flertou inúmeras vezes com o arquétipo maternal, ao se portar, em santinhos e vídeos de campanha, como uma senhora cativante, aberta ao diálogo e inclusiva. Além disso, firmou sua imagem a partir de uma postura de mãe e cristã devota. O caso de Regina foi o mais difícil de estabelecer a predominância de um perfil sobre o outro, mas o resultado final pende para o de guerreira.

5.5.2 LÍLIAN FRANÇA: mãe, esposa e feliz

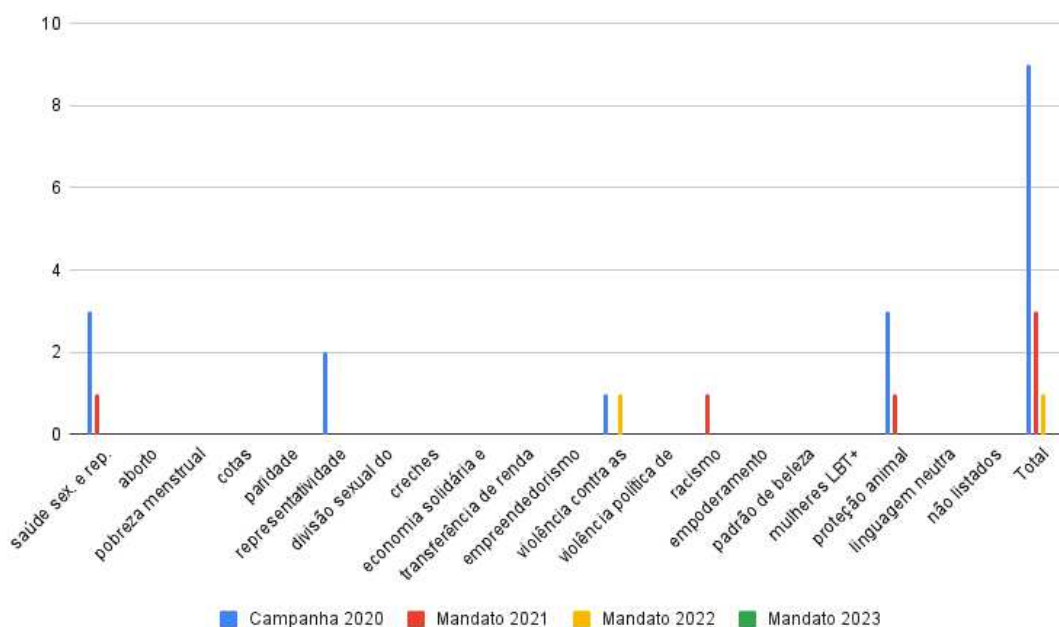
Lílian França (PDT) tinha 48 anos à época da eleição, é branca, casada, mãe de três filhos e tem formação universitária. Seu marido, o ex-vereador Wander Albuquerque, ficou impedido de se candidatar nas eleições 2020 e ela acabou assumindo o posto. Seu perfil no *Facebook* é <https://www.facebook.com/lilianfrancaalbuquerque>. Natural de Itabirito (MG), mora em Ouro Preto, no distrito de Amarantina. Tem como principal cartão de visitas o

Projeto Semeando Futuro, que idealiza iniciativas para a prevenção ao suicídio. Também é conhecida pela luta em favor de um sistema prisional mais humanizado, com a abertura de Associações de Proteção e Assistência aos Condenados (APAC).

Ao TSE, declarou possuir um patrimônio de R\$ 3.000.000,00, constituído de uma casa, um sítio rural e dinheiro em espécie. Tentou uma vaga como vereadora em 2004, 2008 e 2012. Em 2018, se elegeu como suplente de deputado estadual. Na campanha de 2020, arrecadou R\$ 34.446,40, sendo a maior parte proveniente de doação do marido (R\$8.500,00) e dela mesma (R\$ 5.990,00).

A vereadora possui três diferentes perfis no *Facebook*: @lilianfrancaalbuquerque, @veredoralilianfranca e @lilianfranca77377. Esta pesquisa analisa o primeiro porque foi ele o registrado no TSE como página oficial da então candidata. Nele, ela se descreve como: “Mulher, vereadora, mãe de Felipe, Vinícius e Pedro, esposa de Wander Albuquerque e feliz”.

GRÁFICO 12 -NÚMERO DE POSTAGENS NO FACEBOOK DE ACORDO COM OS TEMAS ABORDADOS DURANTE A CAMPANHA E NO EXERCÍCIO DO MANDATO DE LÍLIAN FRANÇA



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

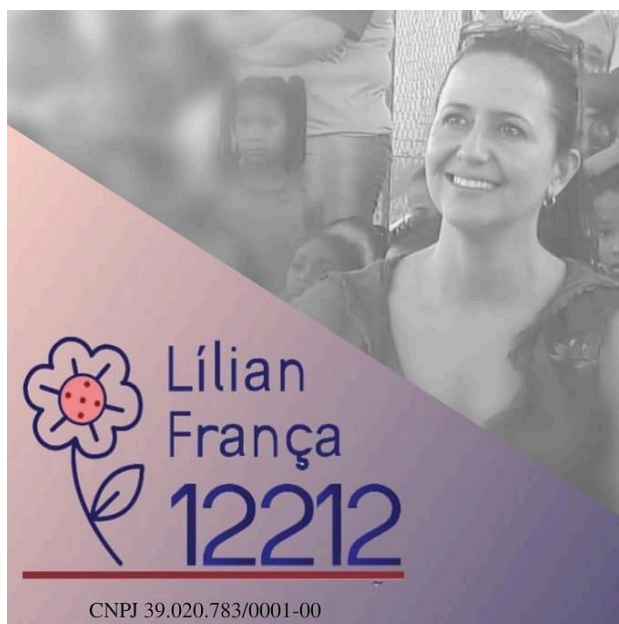
Na campanha eleitoral, a então candidata fez apenas 37 publicações no *Facebook*. Em sete delas se referia a categorias dos feminismos: representatividade, saúde sexual e reprodutiva, proteção animal e violência contra as mulheres. As postagens mostraram-se

amadoras, sem muita especificação do contexto e sem a utilização de estratégias de ação conectiva, como o uso de *hashtags* e citações de outras pessoas. Foi grande o número de *tbts*, o que suprimiu o investimento em novos conteúdos. Dentre as pautas históricas dos feminismos, falou sobre saúde sexual e reprodutiva, mais especificamente sobre o combate ao câncer de mama, na ocasião das ações pelo Outubro Rosa. E também sobre violência contra as mulheres, pauta que é consensual entre os pólos políticos, embora as formas de combatê-la sejam as mais diversas. Foi inteligente ao abordar a proteção animal, tema que, como já foi dito, entrou com força na pauta das eleições 2020, elegendo seus defensores em várias cidades do país.

Em 2021, no primeiro ano do mandato, fez 27 postagens, três delas abordando categorias dos feminismos: saúde sexual e reprodutiva, proteção animal e racismo. A saúde sexual e reprodutiva foi tratada, desta vez, a partir de um conceito muito diverso do utilizado na campanha. Neste caso, tratava-se de uma Nota de Esclarecimento em que a vereadora comunicava que teria que se afastar do cumprimento do mandato por 90 dias, em função de uma cirurgia para retirada do útero. Na postagem, ela aproveitou para ressaltar a importância de se fazer o exame Papanicolau, já que foi através dele que conseguiu detectar o problema antes que se agravasse. Nesta mesma postagem, ela reafirmou seu compromisso com causas prioritárias, como a proteção animal. Por fim, em função do Dia da Consciência Negra, criticou frontalmente o racismo, ao conclamar os cidadãos a buscarem igualdade, equidade e inclusão em uma cidade em que 70% da população é negra.

Em 2022, foram apenas sete publicações no seu perfil no *Facebook*, sendo que cinco delas foram *#tbts*. Em 2023, a situação piorou: ela não fez nenhuma publicação no período analisado. As razões deste aparente descrédito com a ocupação da esfera pública da plataforma social *Facebook* talvez sejam apenas o decréscimo do seu uso entre os brasileiros. Lílian França permaneceu ativa na plataforma digital *Instagram*, na qual ela mantém um perfil desde 2017.

Imagem 10 - Santinho de Lílian França



Fonte: *Facebook*.

Em relação ao arquétipo, ela projetou sua imagem nas redes majoritariamente como maternal em todos os períodos analisados, estratégia que se conectada ao perfil que ela sempre tentou construir, desde a descrição em que exalta sua condição de “mulher, vereadora, esposa, mãe e feliz”. É importante ressaltar que ela também se apresentou em todas as etapas pesquisadas como uma devota católica praticante, ressaltando sua participação em missas e tardes de louvor.

5.6 JUIZ DE FORA: VENTOS PROGRESSISTAS E RECORDE DE MULHERES ELEITAS

Pertencentes ao município de Barbacena, as terras que viriam a se transformar em Juiz de Fora eram apenas uma paragem localizada no Caminho Novo, construído por volta de 1703, para encurtar o trajeto entre Minas Gerais e a capital da colônia, o Rio de Janeiro. De acordo com Oliveira (1994), o Caminho Novo passava pela Zona da Mata Mineira e, desta forma, permitia maior circulação de pessoas pela região, que, anteriormente, era formada por mata fechada e habitada por indígenas das tribos Coroados e Puris.

Batizada inicialmente de Vila de Santo Antônio do Paraibuna, foi elevada à categoria de cidade em 1843 e logo depois, em 1865, ganhou o nome de Juiz de Fora. Sua trajetória histórica difere da das demais cidades da Estrada Real, já que não possuía minas de ouro ou de diamantes. Seu desenvolvimento se deu por conta da cultura do café e, posteriormente, pela

forte industrialização. Nas plantações de café trabalhava um contingente brutal de escravizados. De acordo com o site da Prefeitura de Juiz de Fora, “em 1855, na Vila de Santo Antônio do Paraibuna, havia um total de 4 mil escravizados para 2.400 homens livres e, em 1872, havia 18.775 escravizados para 11.604 livres”⁴⁷.

Hoje a cidade é o quarto maior município mineiro em população e em número de eleitores. De acordo com o IBGE, a população em 2022 era de 540.756 habitantes. Segundo o TSE, nas eleições de 2020, o número de eleitores aptos a votar foi de 410.339, sendo que a maioria eram mulheres com ensino médio completo e idade entre 25 e 39 anos. Uma novidade na eleição foi a presença de 99 eleitores transexuais e/ou travestis, identificados como tais pela opção em fazer uso do nome social.

No pleito, mulheres também se destacaram ao ocuparem 5 das 11 candidaturas registradas para a prefeitura municipal. Um recorde de candidaturas no geral - e também de candidaturas femininas. O resultado das urnas também foi cercado de recordes: o de participação feminina - e o de participação feminina progressista. O município não só elegeu sua primeira prefeita, Margarida Salomão, do PT, como também 4 vereadoras, Cida Oliveira e Laiz Perrut, ambas do PT, Tallia Sobral, do PSOL, e Kátia Franco, do PSC, a única eleita por um partido fora do espectro da esquerda.

Até então, o máximo de vereadoras eleitas em uma legislatura tinha sido três. O executivo juiz-forano só havia sido comandado por homens de partidos que vão do centro à direita. Tarcísio Delgado (ex-PMDB, hoje no PSB) foi prefeito por três mandatos (1983-1988; 1997-2000; 2001-2004); Custódio Mattos (ex-PSDB, hoje no CIDADANIA), por dois (1993-1996 e 2009-2012); Alberto Bejani (ex-PRN, ex- PTB; hoje no PSL) também por dois (1989-1992 e entre 2005-2008), não completando o segundo por causa de escândalos de corrupção; Bruno Siqueira (ex-MDB, hoje no AVANTE), foi prefeito duas vezes (2013-2016 e 2017-2018, quando abdicou do posto com o intuito de concorrer, sem sucesso, à uma vaga de deputado estadual, fazendo com que o então vice-prefeito, Antônio Almas (PSDB), se tornasse o 23º prefeito de Juiz de Fora (Oliveira *et al*, 2021).

Depois de eleitas, as 4 vereadoras se uniram em ações em prol das mulheres juiz-foranas. A principal delas foi a articulação que resultou na instituição do Programa Municipal de Erradicação da Pobreza Menstrual (Juiz de Fora, 2021). Originalmente, o programa previa, entre outras ações, a distribuição de absorventes higiênicos nas escolas e unidades básicas de saúde. O projeto de lei foi apresentado à Câmara dos Vereadores em junho de 2021 e aprovado em dezembro do mesmo ano.

⁴⁷ <https://www.pjf.mg.gov.br/cidade/historia.php#vivendo>

Em janeiro do ano seguinte, a prefeita Margarida Salomão sancionou a Lei 14348/2022 (Juiz de Fora, 2022), que institui o Programa, mas vetou justamente o artigo que previa a distribuição de absorventes. De acordo com a prefeita, por “vício de origem”. Em outras palavras, pelo fato de o projeto não explicitar claramente quais grupos de estudantes e mulheres em situação de rua deveriam receber o benefício. Uma situação parecida com a que ocorreu no plano federal, em outubro de 2021, quando o então presidente Jair Bolsonaro vetou a distribuição de absorventes para estudantes e mulheres em situação de rua do país, alegando falta de recursos para tal.

Em junho, a Prefeitura encaminhou à Câmara de Vereadores um projeto de lei que restringia a distribuição de absorventes às mulheres em situação de extrema pobreza, ou seja, àquelas inscritas no CadÚnico, fossem elas estudantes ou mulheres em situação de rua⁴⁸ (Lei de.... 2022). Em 8 de março de 2023, o governo Lula garantiu a distribuição de absorventes para 8 milhões de mulheres em situação de vulnerabilidade social em nível nacional, resolvendo o impasse.

As mulheres juiz-foranas também se uniram em torno de pautas que visavam aumentar a oferta de vagas nas creches municipais, proteger os animais do município e reduzir o índice de violência contra as mulheres, além de amparar as vítimas. Nem todas elas tiveram destaque nas redes sociais das envolvidas, especialmente as do Legislativo, demonstrando amadorismo no gerenciamento das redes sociais.

5.6.1 Margarida Salomão: uma prefeita com amplo capital político e cultural

Margarida Salomão (PT) tinha 70 anos à época da eleição, é solteira e branca. A escolaridade é a maior possível: ela possui pós-doutoramento em Linguística pela Universidade da Califórnia, nos Estados Unidos. Professora concursada da UFJF, foi reitora da instituição por dois mandatos, seguindo a trajetória do pai, o também professor e ex-reitor da UFJF, Gilberto Salomão. Além disso, Margarida foi eleita deputada federal duas vezes. Não concluiu o último mandato devido à vitória no pleito municipal.

Declarou ao TSE possuir um patrimônio de R\$ 527.000,00. Seus gastos de campanha atingiram R\$ 1.810.226,00. Elegeu-se pela coligação “Juiz de Fora vale a pena”, que uniu

⁴⁸ Para mais informações, leia:

<https://tribunademinas.com.br/noticias/politica/17-03-2022/lei-de-erradicacao-da-pobreza-menstrual-deve-ficar-restrita-a-inscritas-no-cadunico.html>

Partido dos Trabalhadores (PT) e Partido Verde (PV). Seu vice, João Kennedy Ribeiro, é filiado ao segundo.

Figura histórica do PT de Minas Gerais, possui amplo capital político: conhece bem e é respeitada pelos caciques do partido, com quem conviveu ao longo da militância, especialmente em Brasília, enquanto exerceu seus mandatos na Câmara dos Deputados. É próxima de mulheres militantes históricas, como a ex-presidenta Dilma Rousseff, a quem foi acusada de imitar na campanha de 2012⁴⁹.

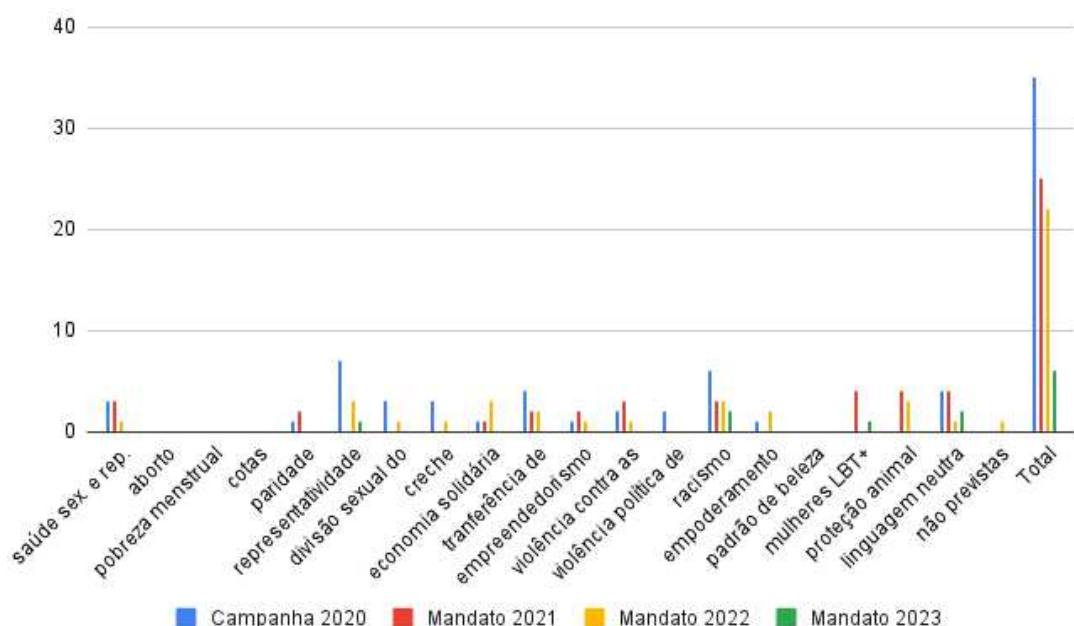
Margarida Salomão também conhece bem o seu eleitorado: disputou a prefeitura de Juiz de Fora em outras três oportunidades, chegou ao segundo turno em todas elas, mas não foi vitoriosa. Nas eleições de 2020, mudou a estratégia e procurou aparecer menos vinculada ao PT e à figura de Dilma, além de se mostrar mais empática, propositiva e competente. “A mulher, como se pode perceber, é avaliada com mais rigor, deve estar mais preparada e deve demonstrar isso” (Panke, 2016, p.80).

Ela possui dois perfis no *Facebook*. O primeiro, <https://www.facebook.com/jfmargarida>, foi criado em 21 de julho de 2012. Nele ela se assim se descreve: “Sou professora universitária. Fui reitora por dois mandatos consecutivos da UFJF. Fui deputada federal pelo PT/MG e estou prefeita de Juiz de Fora”. O outro perfil é <https://www.facebook.com/depmargaridasaloma>, no qual ela assim se descreve: Fui secretária da PJF e reitora da UFJF. Sou deputada majoritária e fui eleita a 1ª prefeita de JF. Esta página não é atualizada desde 3 de janeiro de 2021, quando ela assumiu a Prefeitura de Juiz de Fora. Decidimos avaliar o mais atualizado.

A pesquisa demonstra que Margarida trabalhou com pautas dos feminismos tanto na campanha como no exercício do mandato. Na campanha ela fez 173 postagens e se referiu a temas dos feminismos em 26 delas. No cumprimento do primeiro ano de mandato o número de postagens caiu para 111, sendo que 21 delas se referiram aos feminismos. No segundo ano de mandato o número de postagens caiu para 90, das quais 18 dialogaram com os feminismos. No terceiro, embora véspera de ano de campanha eleitoral, as postagens caíram drasticamente para 33, sendo que apenas 5 se referiram aos feminismos.

⁴⁹ O jornal mineiro *Hoje em Dia* foi um dos que publicou matéria acusando Margarida Salomão de imitar Dilma Rousseff. Com o título “Candidata à prefeitura de Juiz de Fora copia Dilma para conseguir votos” (CANDIDATA... 2012), a matéria foi veiculada em 13 jul. 2012 e está disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/acervo/2.704/candidata-%C3%A0-prefeitura-de-juiz-de-fora-copia-dilma-para-conseguir-votos-1.12435>. Acesso em 12 set 2021.

Gráfico 13 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Margarida Salomão



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na campanha, Margarida se referiu preferencialmente à representatividade (7 vezes), ao racismo (6 vezes) e à transferência de renda (5). A maior parte das postagens, porém, não eram propositivas: destinavam-se às críticas constantes ao governo Bolsonaro, incluindo ataques ao então presidente e aos seus ministros. Uma exceção foi quando ela levantou a bandeira da representatividade, prometendo garantir a paridade entre homens e mulheres na composição do seu secretariado, caso fosse eleita. A proposta ganhou bastante destaque nas muitas entrevistas que concedeu aos veículos de imprensa e nos debates que participou.

A propósito, cabe esclarecer que, por ser a maior cidade do corpus, Juiz de Fora conta com um aparato de imprensa muito superior ao que se vê em todos os outros 5 municípios aqui pesquisados, com emissoras de rádio e TV, jornais diários e veículos alternativos, como sites, blogs e páginas diversas nas redes sociais. Dessa forma, no caso específico deste município, a imprensa tradicional também obteve relevância na condução da campanha eleitoral, influenciando parte dos conteúdos postados nas redes sociais.

Se na campanha Margarida falou muito pouco sobre suas propostas para representar as mulheres à frente da prefeitura de Juiz de Fora, no cumprimento do primeiro ano de mandato, ela ousou tratar de um tema bastante polêmico: a inauguração

de um posto de atendimento para mulheres LBT+, instrumento para promover políticas públicas como o direito ao uso do nome social e ao processo transexualizador, que abarca a cirurgia para mudança de sexo. “Eu faço política para mudar o mundo. Hoje podemos afirmar que já estamos mudando a vida das mulheres”, afirmou ela na propaganda oficial. Propaganda oficial essa que chegou a estampar em letras garrafais a máxima “Governo Feminista” para elencar as ações para a mulher na retrospectiva de final de ano. Foram 111 postagens no período pesquisado, sendo que 21 dialogam com os feminismos. Linguagem neutra, proteção animal e racismo foram as categorias mais abordadas, com quatro menções cada uma.

No segundo ano de mandato, Margarida se referiu prioritariamente ao racismo (3) e à representatividade feminina (3), à economia solidária e agroecologia (3) e à proteção animal (3), neste último caso pautada pelas leis propostas pela vereadora Kátia Franco Protetora, que ela sancionou. Foram 90 publicações no total, das quais 18 dialogam com as pautas dos feminismos. Houve, portanto, uma intencional puxada no freio em relação a construção de um perfil mais feminista para sua administração, com uma evidente opção por pautas menos polêmicas.

Em 2023, foram 33 postagens, sendo que apenas cinco dialogam com categorias dos feminismos. Racismo e linguagem neutra empataram com duas menções cada uma. A prefeita também falou sobre representatividade e mulher LBT+.

Durante a campanha, Margarida usou a linguagem neutra em duas postagens. No cumprimento do primeiro mandato, foi o dobro. Até mesmo o mote da campanha eleitoral, “Uma cidade para todos”, se transformou em um mote mais inclusivo, em postagem no último dia de 2021: “Uma cidade para todas e todos”. No segundo ano do mandato a linguagem de gênero perdeu espaço, sendo verificada em apenas uma postagem.

Margarida se apropriou bem das ferramentas de ação conectiva, usando *hashtags*, menções a outros perfis e respostas em atenção aos seus eleitores. Na campanha eleitoral, o uso não foi tão constante como deveria, mas foi predominante. No cumprimento do mandato, a construção do perfil de Margarida nas redes se mostrou cada vez mais profissional, embora tenham sido registradas algumas mudanças de rotas: mais ou menos feminista, maior ou menor uso de linguagem neutra etc.

Imagem 11 - Santinho da candidata Margarida Salomão



Fonte: Facebook.

A então candidata Margarida Salomão apresentou em diversas ocasiões construções características dos arquétipos de profissional e de guerreira. O de profissional resultou, inclusive, em críticas de seus adversários políticos, que a desqualificavam pela forma de “falar difícil”, própria de uma doutora, com alto capital cultural. Já o arquétipo da guerreira destacou sua insistência em se candidatar à prefeitura de Juiz de Fora pela quarta vez. O dedo em riste, os braços erguidos, punhos fechados, vistos tanto em fotos de visitas aos bairros quanto em programas eleitorais e lives, contribuíram para isso. O arquétipo que prevaleceu, no entanto, foi o maternal. Apesar de não ser mãe biológica, Margarida construiu sua representação política como a grande mãe dos juiz-foranos. As roupas de cores neutras e rosadas, os acessórios delicados, o uso nos VT’s de campanha de animações com margaridas e corações, a voz acolhedora, a transmissão de uma escuta atenta, ressaltada em programas eleitorais para o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e replicados na internet reafirmaram essa construção variadas vezes, abusando dos elementos descritos por Panke (2021).

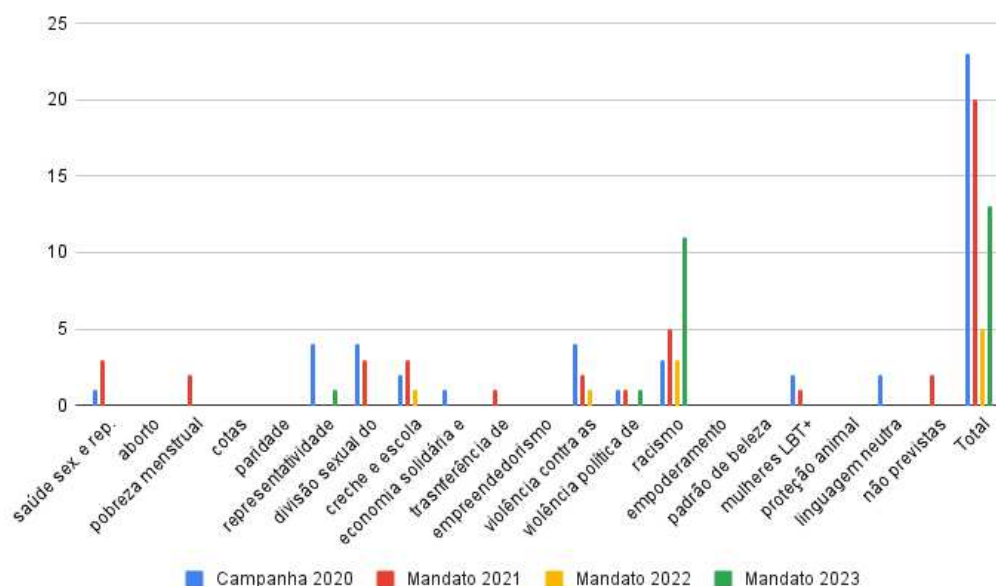
No cumprimento do mandato, Margarida também alternou entre dois dos três arquétipos previstos por Panke (2016), aparecendo ora como profissional (no gabinete, em compromissos externos com lideranças políticas etc) ora maternal (em vídeos defendendo projetos, combatendo *fake news*, explicando ações e decisões da sua administração, etc). A postura própria do arquétipo guerreira, que teve algum espaço durante a campanha eleitoral, desapareceu quase por completo, o que indica que a prefeita eleita teve que mudar o estilo aguerrido para construir os consensos necessários ao ato de administrar o 4º maior colégio eleitoral do Estado, ainda que defendendo pautas polêmicas relacionadas aos feminismos contemporâneos. O arquétipo que prevaleceu foi o profissional nos vídeos, lives e entrevistas compartilhadas na rede social digital. No segundo ano de mandato, o arquétipo maternal voltou a tomar a liderança. A exceção foi a de um vídeo gravado pela prefeita no Aeroporto de Brasília, em que ela faz um balanço da reunião que acabara de ter com o vice-presidente da República, Geraldo Alckmin, coordenador da equipe de transição do Governo Lula, em que ela fez uma série de reivindicações para Juiz de Fora. Portanto, uma ocasião em que o uso do arquétipo profissional caiu como uma luva. No terceiro ano, o maternal foi unanimidade em todas as fotos e audiovisuais postados por Margarida nas suas redes sociais.

5.6.2 Cida Oliveira: a voz da mulher trabalhadora

Aparecida de Oliveira Pinto é mulher, branca e professora da rede municipal de ensino de Juiz de Fora. Nasceu no distrito de Torreões, em 1958. Mudou-se para o bairro Vitorino Braga 16 anos depois, quando estreou na militância. Primeiro como comerciária, depois como professora de Geografia das redes pública e privada, acumulou muitas causas na sua trajetória política. Além da experiência no comércio e no magistério, foi coordenadora-geral do Sindicato dos Professores de Juiz de Fora por três mandatos e é militante aguerrida do PT-JF. É casada com o deputado estadual de Minas Gerais Betão (PT). Usa o perfil de *Facebook*: <https://www.facebook.com/CidaOliveiraJF>.

Nas eleições de 2020 arrecadou R\$ 72.001,80 para a campanha, sendo R \$29.081,00 proveniente de vaquinhas *online*, o que a colocou no patamar de uma das candidatas que mais arrecadaram com esta modalidade de financiamento na região. Seu patrimônio declarado era de R\$ 182.000,00 à época da eleição.

Gráfico 14 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Cida Oliveira



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Suas principais bandeiras foram a educação e a defesa do serviço e dos servidores públicos, mas várias pautas relacionadas aos feminismos fizeram parte de sua campanha eleitoral. Entre as principais está a crítica à divisão sexual do trabalho. A necessidade de as mulheres conciliarem jornadas exaustivas de trabalho com o serviço doméstico e os cuidados com familiares, especialmente em tempos de pandemia da Covid-19, e do consequente trabalho *home office*, estiveram na pauta. O tema foi abordado tanto na campanha quanto no cumprimento do mandato.

Em decorrência disso, a candidata explorou muito a questão da importância das creches para as mães trabalhadoras. Prometeu lutar por elas na campanha, incluiu a construção delas no Plano Plurianual do município e participou da inauguração de uma no 3º ano de mandato. Como dito antes, a creche é uma reivindicação histórica da pauta feminista que vem sendo revista na atualidade, em função da discussão recente sobre a remuneração dos cuidados. Isso porque a tendência atual é que as feministas reivindiquem dos governos uma espécie de bolsa para quem cuida de filhos e parentes necessitados, ao invés de um local específico para deixá-los.

Os temas de maior destaque durante a campanha foram a representatividade, a divisão sexual do trabalho e a violência contra as mulheres, cada uma das categorias com quatro

menções. A candidata à época extrapolou a pauta costumeira da violência doméstica e abordou questões como assédio nas ruas e iluminação pública. Na campanha, a futura vereadora dialogou com questões nacionais, como a polêmica decisão judicial que absolveu um acusado de cometer estupro por considerar que o crime tinha características que permitiriam classificá-lo como “culposo”. E como não existe a figura jurídica de “estupro culposo” no Código Penal brasileiro, o acusado foi absolvido. O episódio, ocorrido em 3 de novembro de 2020, ficou conhecido como “Caso Mariana Ferrer”.

A preocupação com as mulheres trabalhadoras perpassou quase todos os posts da campanha e do cumprimento do mandato, em pautas diversas, como as relacionadas à categoria saúde sexual e reprodutiva. Um exemplo é o envolvimento da vereadora na aprovação do projeto de lei que trata da dignidade menstrual de estudantes pobres da escola pública e de mulheres em situação de vulnerabilidade, apresentado à Câmara em parceria com suas outras três colegas vereadoras.

No geral, Cida fez 130 postagens durante sua campanha eleitoral, dentre as quais 18 abordaram pautas dos feminismos. No primeiro ano de mandato foram 43 postagens, das quais 16 abordaram um total de 20 categorias dos feminismos. Já no segundo ano de mandato foram 34 postagens e só duas relacionadas às questões feministas, perpassadas por 5 questões relacionadas aos feminismos.

Em 2023, ela fez 34 postagens, sendo 13 referentes às categorias de feminismos. O destaque ficou para a categoria racismo, em função do comprometimento da candidata com a aprovação do PL 207, de sua autoria, que instituiria o feriado da Consciência Negra em Juiz de Fora. O projeto foi rejeitado pela maioria dos vereadores da Câmara de Juiz de Fora, mas o Congresso Nacional acabou aprovando o mesmo feriado em âmbito nacional, instituindo o feriado no território nacional.

Durante a campanha, ela pecou ao não aderir ao uso de instrumentos para facilitar a ação conectiva. As *hashtags* foram raras e mal calculadas, as menções quase inexistentes.

Imagem 12 - Santinho da candidata Cida Oliveira



Fonte: *Facebook*.

Em relação ao arquétipo de mulher candidata predominante, não há dúvida de que seja o de guerreira. A Cida que aparece no santinho não está assim caracterizada, mas isso foi a exceção à regra. Nas muitas fotos de panfletagem e atividades de campanha, Cida usa muito o jeans, camisetas com palavras de ordem e acessórios ao estilo anos 1970. Participa de muitas passeatas e reuniões de movimentos sociais e sindicais. Preside plenárias e assembleias, das quais extrai o gestual e as expressões que ela ressignificou, mas não abandonou, desde que migrou do movimento sindical para a Câmara.

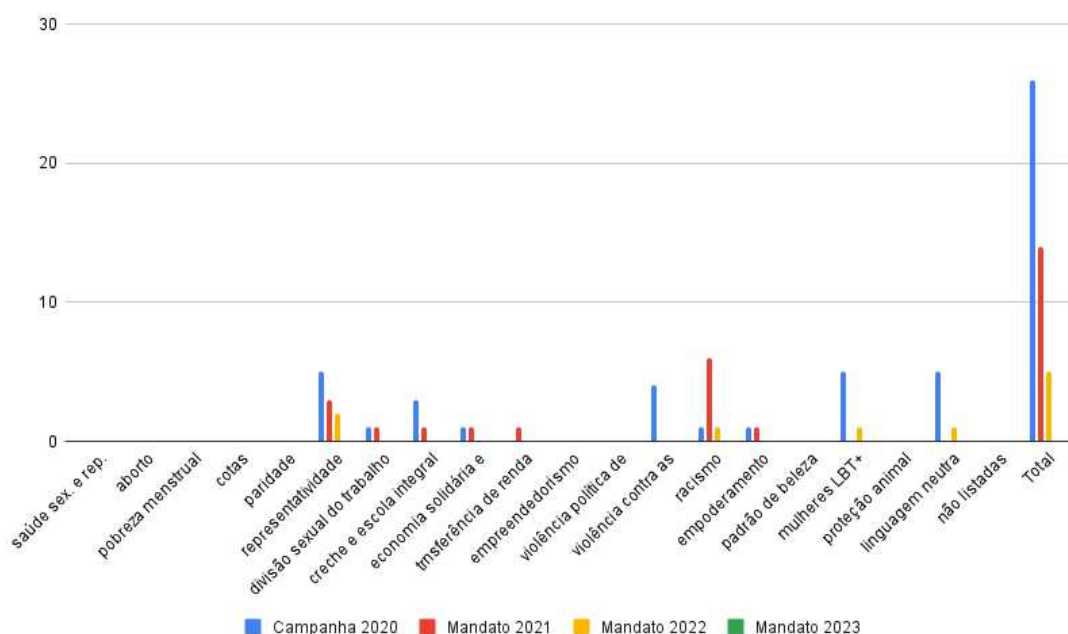
Em raras ocasiões, como na posse de seu marido Betão (PT) na Assembleia Legislativa de Minas Gerais, ela se enquadra na categoria profissional, devido às vestimentas especiais. O gestual e a voz, porém, são sempre os de guerreira. Aliás, como afirma Panke, várias mulheres que chegam à política conduzida pelas mãos de um homem se enquadram na categoria profissional. Mas não parece ser o caso da Cida, que aposta em sua própria trajetória para alavancar a candidatura.

5.6.3 Laiz Perrut: uma jovem feminista declarada

Com 29 anos, branca, militante e professora de História, Laiz Perrut (PT) se elegeu vereadora pelo PT apresentando-se como feminista. Com o perfil no *Facebook* <https://www.facebook.com/laizperrutmarendino>, ela é nativa digital e membro da Marcha Mundial das Mulheres desde 2011. Por isso, não teve nenhuma dificuldade de destacar pautas dos feminismos desde a largada da sua campanha, em especial nas suas plataformas digitais. Seu número de candidata já foi escolhido como um alerta quanto à necessidade de denunciar a violência contra mulher: 13.180. O 13 é o número do PT, enquanto 180 é o número pelo qual se denuncia a prática às autoridades competentes.

Laiz arrecadou R\$ 17.124,19 para as eleições, recurso integralmente proveniente de doação de pessoas físicas e financiamento coletivo, modalidade nova naquele pleito. A candidata declarou não possuir nenhum bem. No primeiro ano de mandato se tornou presidenta da Comissão de Igualdade Racial da Câmara, que não possuía nenhuma mulher negra.

Gráfico 15 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Laiz Perrot



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Durante a campanha, fez 65 postagens na sua página do *Facebook*, das quais 20 falaram sobre categorias dos feminismos contemporâneos. No exercício do mandato ela foi diminuindo a produtividade nas redes. Em 2021 foram 33 postagens nas redes sociais, das

quais 12 trataram de categorias dos feminismos. Em 2022 foram apenas 13 postagens, das quais 4 abordaram categorias dos feminismos contemporâneos.

Na campanha, os temas mais abordados por ela foram representatividade, mulheres LBT+ e linguagem neutra. No total, foram 65 postagens. Inclusive, de todas as outras candidatas analisadas, foi a que melhor usou a linguagem neutra: mesmo quando não usava “o” e “a”, cuidava para escolher as palavras mais inclusivas: juventude, pessoas, classes: as tais palavras sem marcação de gênero. Apesar de ser nativa digital, demorou a acrescentar estratégias de ação conectiva à sua campanha: as *hashtags*, por exemplo, só entraram a partir do dia 17 de outubro. As marcações de outros perfis não foram constantes.

Já no primeiro ano do mandato, ela ousou ao utilizar formatos não explorados pelas demais mulheres, como o *podcast*, buscando maior conectividade com os cidadãos que representava. Das 33 postagens que fez em 2021, o racismo foi a pauta prioritária, já que a então vereadora assumiu a presidência da Comissão de Igualdade Racial. Em 2022, no segundo ano de mandato, foram 13 postagens e o destaque ficou com a representatividade, especialmente o incentivo à igualdade de gênero e à participação feminina em setores tidos como masculinos, da política à arbitragem de uma Copa do Mundo. Em 2023, ela fez apenas uma postagem, sem se referir às categorias dos feminismos.

Imagem 13 - Santinho da candidata Laiz Perrut



Fonte: *Facebook*.

O arquétipo da mulher candidata que predominou na construção do perfil de Laiz foi o de guerreira. Na campanha, ela usou muitas camisetas engajadas, com motes políticos estampados, e apareceu em várias fotos com um braço erguido, postura típica do arquétipo. A única exceção - que só confirma a regra - foi a mensagem em relação ao Dia dos Professores, em que ela incorpora o arquétipo profissional. No cumprimento do mandato, o número de vezes em que Laiz aparece caracterizada com o perfil profissional aumenta, mas ainda assim é pequeno frente ao predominante arquétipo de guerreira. Em 2023, ela publicou uma única postagem no período analisado, em que apresentava o arquétipo profissional.

Laiz não se referiu a nenhuma preferência religiosa nem durante a campanha e nem durante o mandato. Apesar de ser uma feminista declarada, fez pelo menos duas menções à importância da convivência em família, mas sem remeter a estratégias neoconservadores, como atribuir ao espaço do lar o *locus* da mulher.

5.6.4 Tallia Sobral: feminista, bissexual e pró-aborto

Feminista declarada, bissexual e a única das candidatas pesquisadas a se manifestar pró-aborto, Tallia Sobral Nunes (PSOL) se elegeu para seu primeiro cargo aos 34 anos, se

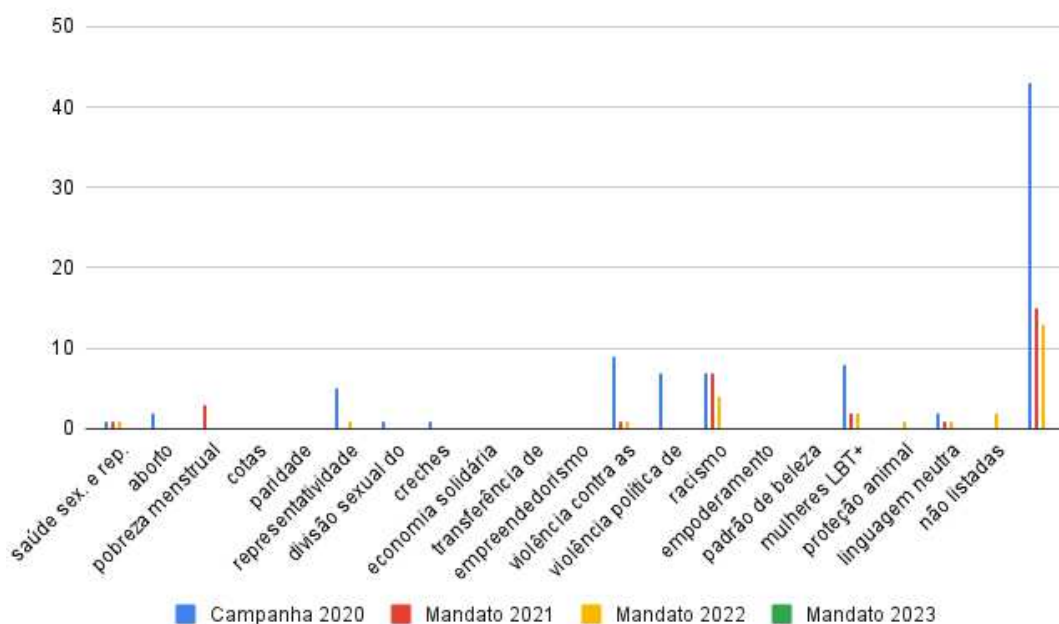
apresentando como parda, solteira, professora de Educação Física da rede estadual, capoeirista e musicista. Usa o perfil de *Facebook* <https://www.facebook.com/tallia.sobral>.

Afirmou ao TSE (TSE, 2020) possuir patrimônio de R\$ 10.500,00, materializado em uma moto Yamaha XTZ 150. Arrecadou R\$17.124,19 para disputar o pleito, sendo a maior parte proveniente das doações de pessoas físicas: R\$7.283,07.

Conforme seu perfil no site da Câmara dos Vereadores de Juiz de Fora (Sobral, 2020), Tallia compõe a bancada de luta e conduz seu mandato em torno de cinco eixos de programa: opressões, educação, cultura, juventude e uma outra política/uma outra sociedade. Segundo o documento:

Por esses eixos pretende levantar as pautas de defesa de uma educação pública e de qualidade, da valorização do magistério, de uma educação inclusiva, com o debate de gênero e sexualidade nas escolas, além do ensino de história e cultura afro-brasileira; a denúncia de todos os tipos de opressão; a busca da representatividade LGBTQIA+ e feminina; o incentivo à cultura e aos artistas independentes; a defesa de um espaço público que garanta o pertencimento da juventude à cidade, assim como seu lazer (Sobral, 2020).

Gráfico 16 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Tallia Sobral



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A candidata apresentou intensa atividade na rede social *Facebook* durante a campanha eleitoral de 2020, se apresentando como feminista reiteradas vezes. Foram 172 postagens no total, sendo que 33 delas falavam sobre categorias dos feminismos contemporâneos. O tema mais abordado foi a violência contra as mulheres, citada em 9 postagens. Em seguida veio o debate acerca de políticas públicas para mulheres LBT+ e, na sequência, pautas pertinentes à luta antirracista e contra a violência política de gênero. Os quatro temas, portanto, integram suas bandeiras prioritárias de luta e foram abordados de forma compatível com as lutas feministas contemporâneas. Exemplo é o fato dela ter sido a única candidata - dentre as pesquisadas - a defender abertamente o direito da mulher ao aborto - pauta importante do movimento desde a chamada 2ª onda, que mantém destaque na contemporaneidade, embora silenciada pela maioria das candidatas no ambiente conservador em ascensão. Embora não tenha feito nenhuma menção a uma possível preferência religiosa, Tallia pode ter desagadado as eleitoras cristãs ao manifestar suas posição favorável ao aborto, tida pela maioria delas como um pecado irremediável.

No primeiro ano de mandato, o número de postagens caiu consideravelmente: foram apenas 23 postagens, sendo que 11 delas abordaram temas dos feminismos, demonstrando,

proporcionalmente, o espaço que seu mandato confere à causa. Dentre eles, o destaque fica com as lutas antirracistas que tanto marcam o feminismo decolonial contemporâneo. A razão deste destaque certamente está relacionada à agenda de novembro, mês em que se comemora o Dia da Consciência Negra. No segundo ano de mandato, por sua vez, as redes sociais de Tallia Sobral exibiram 20 novas postagens que abordaram 7 categorias dos feminismos, a maioria delas pertinentes ao combate ao racismo, seguindo a agenda do período. Em seguida vieram as 3 postagens sobre pobreza menstrual. Em 2023, no terceiro ano de mandato, ela fez apenas uma postagem no *Facebook* que não dialogou com os feminismos. O movimento, porém, não significa que ela tenha desdenhado do uso das redes sociais, mas sim que optou por migrar definitivamente para o *Instagram*, rede que passou a concentrar a maior parte da população brasileira.

De forma geral, enquanto esteve no *Facebook*, Tallia manejou muito bem as ferramentas que promovem a ação conectiva. Utilizou *hashtags* escolhidas cirurgicamente para as publicações referenciadas, com referências às pautas trabalhadas nas páginas do partido e das grandes referências da sigla, além de marcar outros perfis com ligações com o assunto em questão e responder comentários com atenção.

Imagem 14 - Santinho da candidata Tallia Sobral



Fonte: *Facebook*.

Em relação ao arquétipo predominante, a análise da construção da imagem de Tallia é complexa. Nas atividades de campanha, como as panfletagens, ela aparece como guerreira, com camisetas com palavras de ordem e postura de quem está sempre disposta a ir à luta. Nas fotos produzidas para os santinhos, porém, a imagem que predomina é a maternal. Tallia aparece sempre sorrindo e amorosa, dando a entender que tem carinho e escuta atenta a oferecer. Com o avanço da campanha e as muitas atividades de rua, como panfletagem e passeatas, a construção do perfil de guerreira acaba por sobressair.

No primeiro ano do mandato, ela mantém o perfil de guerreira como predominante. No segundo, porém, alterna para o maternal. No terceiro ano ela não faz nenhuma postagem durante o período estudado que exiba sua imagem.

5.6.5 Kátia Franco Protetora: a voz da causa animal

Kátia Aparecida Franco é branca, casada, natural de Angra dos Reis (RJ) e tinha 55 anos quando foi eleita para seu primeiro mandato de vereadora, em 2020, com o propósito de defender a causa animal pelo Partido Social Cristão (PSC), que ocupa o espectro político que vai da direita à extrema-direita. Exemplo é o fato de o partido ter sido aliado do governo Bolsonaro em 93% das votações na Câmara Federal, até abril de 2021, conforme análise do Congresso em Foco⁵⁰. Em 2022, porém, ela migrou para o REDE, partido pelo qual disputou, sem sucesso, uma cadeira na Câmara Federal, em coligação com o PSOL, partido que integra o espectro da esquerda.

Usa o perfil no *Facebook*: <https://www.facebook.com/katia.franco.5836>. Dona de casa, com ensino médio completo, é mãe e protetora animal reconhecida em Juiz de Fora. Ela conta que passou a se dedicar à causa quando adotou um gatinho que a ajudou a lidar com a depressão. De lá para cá, ajudou tantos outros animais na cidade que foi convidada a conduzir a tocha olímpica em 2016. Tanto na campanha eleitoral quanto no cumprimento do mandato, Kátia prioriza a causa animal acima de tudo, tornando-se quase uma liderança de pauta única.

Na campanha eleitoral usou o mote “todas as vidas importam”, criticado pelas feministas negras por verem nele uma despolitização do original “vidas negras importam”, que ganhou o mundo a partir dos protestos contra a execução de pessoas negras pela Polícia dos Estados Unidos. A execução da campanha foi visivelmente amadora, com recursos gráficos mal utilizados e excesso de publicações sobre *pets* desaparecidos, o que transformava

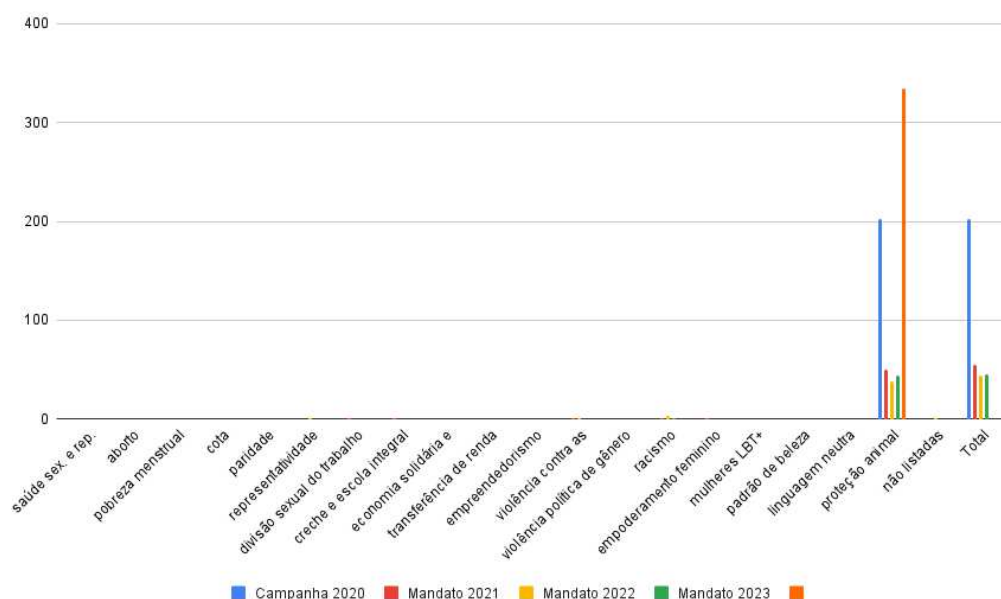
⁵⁰ A análise constava no Radar do Congresso, banco de dados digital formulado pelo site Congresso em Foco, em 25 de maio de 2021, conforme informações da Wikipedia (PARTIDO'... s/d). Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Partido_Social_Crist%C3%A3o#cite_note-Radar-12.

sua página em um grande classificados de gatos e cachorros achados e perdidos. Mas a estratégia funcionou e a candidata foi eleita porque, mesmo que de forma orgânica e não planejada, ela se apropriou muito bem da lógica da ação conectiva, interagindo com muito internautas, repostando conteúdos de outros defensores de animais e, assim, criando laços fortes nas redes sociais.

A falta de recursos para operacionalizar a campanha em uma cidade grande pode ajudar a explicar o amadorismo: segundo o TSE, Kátia arrecadou exatos R\$32.277,50, sendo a maior parte (R\$ 17.000,00) proveniente da doação do partido e nem um tostão retirado do seu patrimônio, avaliado em R\$ 500.000,00, o valor do apartamento em que reside e cuida de gatos em situação de vulnerabilidade.

Embora não construa seu perfil com base em nenhuma preferência religiosa, há uma postagem, realizada durante a campanha, mais precisamente no dia 25 de outubro de 2020, em que ela reposta um vídeo de autoajuda com a legenda: Mensagem de Deus. A postagem, porém, não deixa claro se sua crença em Deus a torna devota de alguma religião específica.

Gráfico 17 – Número de postagens no *Facebook* de acordo com os temas abordados durante a campanha e no exercício do mandato de Kátia Protetora



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na campanha eleitoral ela produziu um total de 218 postagens, das quais 202 falavam sobre proteção animal, mas não necessariamente da forma engajada como o tema aparece nas pautas feministas. A maioria das publicações de Kátia eram repostagens de outros protetores, que informaram sobre cães e gatos desaparecidos ou necessitando de medicamentos, cirurgias, ração ou mesmo alguém para adotá-los. As postagens que falam de fato em políticas públicas foram ocorrências bem isoladas. De qualquer forma, foram feitas de forma firme e todas elas foram, posteriormente, retomadas em ações legislativas propositivas, já no cumprimento do mandato.

No exercício do primeiro ano de mandato, o número de postagens caiu drasticamente: foram apenas 61 posts no *Facebook*, sendo 50 delas sobre proteção animal, mas mais focadas em políticas públicas, campanhas e dicas. A qualidade técnica das postagens também evoluiu positivamente. O velho estilo classificados de achados e perdidos foi superado. No período, a candidata também abordou outros temas do feminismo para além da causa animal, contemplada em 40 postagens. Ela falou uma vez sobre a necessidade de construção de uma creche no município, outra sobre divisão sexual do trabalho, uma terceira sobre empoderamento feminino e uma quarta sobre violência contra as mulheres.

A atuação da candidata no mandato legislativo surpreendeu. Só no período analisado do primeiro ano de mandato - 16 de novembro a 31 de dezembro de 2021 - ela conseguiu aprovar 4 projetos. Dois deles, inclusive, foram sancionados pela prefeita Margarida Salomão em novembro daquele mesmo ano. O primeiro, Cultura para Todos, que trata de um ônibus com biblioteca que visita os bairros. E também o que institui o Cadastro dos Protetores de Animais de Juiz de Fora, com o objetivo de que eles tenham prioridade em políticas públicas como a de castração de animais. Em dezembro, foram mais duas vitórias: a aprovação do projeto dela em parceria com vereador Marlon, que proíbe fogos de artifício com estampido, e o projeto que institui o censo animal no município.

No segundo ano de mandato, Kátia Franco fez 64 postagens no *Facebook*, sendo 38 sobre proteção animal, um percentual de referência ao tema bem inferior ao da campanha e ao do primeiro ano de mandato. No dia 26 de dezembro de 2022 publicou um balanço do mandato, onde afirmava já ter apresentado 32 projetos de lei, dos quais 24 foram sancionados pela prefeita Margarida Salomão e 8 seguiam em tramitação. A vereadora também fez 14 pedidos de informação e teve 342 requerimentos atendidos.

A maior parte dos projetos sancionados tratavam da causa animal: dentre eles o que proíbe a utilização de fogos de estampido no município e o que institui o censo animal na cidade. Dois projetos aprovados tratavam especificamente de políticas públicas para a mulher: o que cria o selo “Empresa Amiga da Mulher” e o que institui o “Programa Mulher Livre”, que prevê estímulos à geração de emprego e renda para mulheres vítimas de violência doméstica.

Em 2023, no terceiro ano de mandato, ela também acumulou vitórias para a causa animal, como a sanção da lei que autoriza a oferta de planos de serviços funerários para animais domésticos em Juiz de Fora. No total, foram 49 postagens, sendo que 45 delas abordaram categorias dos feminismos. Além da costumeira proteção animal, Kátia Franco também falou sobre violência contra as mulheres e racismo.

Imagem 15 - Santinho da candidata Kátia Franco



Fonte: *Facebook*.

Em relação ao arquétipo de mulher candidata, Kátia Franco oscilou durante a campanha eleitoral entre priorizar o maternal e o de guerreira. Na sua propaganda eleitoral ela aparece majoritariamente como maternal, sempre sorridente, ressaltando suas relações familiares de esposa, mãe e avó querida pelos seus. Mas é com os animais que esse espírito maternal aflora ainda mais: Kátia aparece cuidando deles em todos os aspectos, ainda que de forma mais assistencialista do que seria desejável. Na casa dela há um quarto para gatos em recuperação de saúde. Na agenda dela, resgates, passadas no veterinário, rifas para garantir alimentação e remédios etc. São justamente essas ações que a colocam, principalmente na visão dos outros, como uma candidata guerreira, disposta a fazer tudo para cuidar dos bichos. Portanto, a oscilação entre maternal e guerreira a persegue durante toda a campanha, embora a maternal acabe por ser predominante.

No primeiro ano de exercício de mandato essa correlação de forças se altera. A candidata guerreira abre espaço para a profissional, resultado da nova persona que passa a frequentar reuniões com o executivo e distribuir honras ao mérito. Mas se há um arquétipo que permanece inalterado é o maternal, possível de ser visto na escolha das roupas e do

material de uso nas redes sociais, onde ela sempre está abraçada com um bichinho, normalmente um gato. No segundo ano de mandato, o arquétipo de guerreira praticamente desaparece e o profissional se sobrepõe inclusive ao maternal. No terceiro ano, os informes sobre gatos achados e perdidos retorna à página do *Facebook* e o arquétipo maternal volta a se sobressair.

No capítulo seguinte, daremos início a análise global das informações aqui estratificadas, buscando observar tendências no comportamento das mulheres pesquisadas, no que tange a construção dos seus perfis na campanha eleitoral de 2020 e no cumprimento dos três anos subsequentes de mandatos.

6 TENDÊNCIAS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE PREFEITAS, VICE-PREFEITAS E VEREADORAS NAS REDES SOCIAIS

O desafio imposto a este quinto e último capítulo é sistematizar e analisar as tendências observadas na construção dos perfis das mulheres eleitas em 2020 na Estrada Real, nas redes sociais, à luz dos conceitos teóricos mobilizados nesta tese. Como a natureza do cargo ocupado, a orientação ideológica dos seus partidos, a religião que professam, o acesso ou não ao letramento digital e o porte das cidades em que vivem, dentre vários outros fatores, afetam a forma com que essas mulheres se mostram para o eleitorado em seus perfis nas plataformas digitais, considerando o processo de midiatização em curso e a necessidade de operacionalizar uma campanha permanente?

Para buscar essas respostas, sistematizamos os dados já apresentados no capítulo 4, extraídos da plataforma DivulgaCand, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), além de outros recolhidos na internet, especialmente em órgãos de imprensa e páginas de Câmaras Municipais e Prefeituras. Também - e principalmente - foram consideradas as 1.961 postagens feitas nos perfis do *Facebook* de 14 prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras de municípios da Estrada Real, durante a campanha eleitoral e nos três primeiros anos dos seus mandatos, já coletadas e analisadas no capítulo anterior.

A proposta inicial era verificar a construção da imagem nas plataformas digitais das 18 mulheres que compõem o corpus de pesquisa, mas quatro delas não possuíam páginas em redes sociais. Portanto, os perfis das 18 mulheres são construídos a partir do DivulgaCand e de reportagens e informações da internet, mas apenas 14 têm analisadas as postagens que constam em suas páginas no *Facebook* e que constituem o foco mais significativo desta pesquisa. Afinal, as plataformas digitais são o espaço do simbólico em que se deu a observação da construção do perfil que as mulheres eleitas querem apresentar aos seus eleitores e potenciais eleitores.

6.1 “SOLTEIRAS, ESCOLARIZADAS E DO MERCADO DE TRABALHO”

Estratificando melhor esses dados, é possível observar que o conjunto de 18 mulheres cuja construção dos perfis foi analisada nesta pesquisa, a partir da base de dados da plataforma DivulgaCand, do TSE, tem a idade média de 49,2 anos, com representatividade em todas as faixas etárias, mas com maioria, ou 11 delas, dentre as mais experientes, com mais de 50 anos à época da eleição.

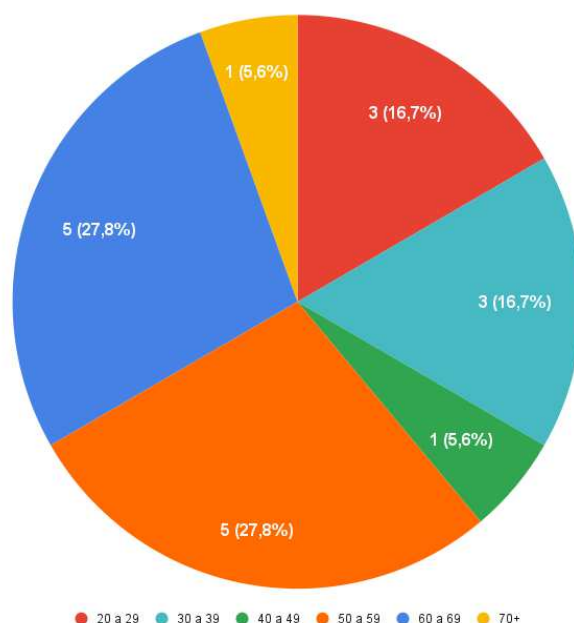
Dois grupos etários ficaram empatados com igual número de representantes, mais precisamente 5 cada um: o que reúne as mulheres de 50 a 59 anos e o que reúne as de 60 a 69 anos. Foi registrada também a presença de uma com 70 anos. Como a lei considera idosas aquelas com 60 anos, é importante registrar que, a despeito do etarismo com que as mulheres são obrigadas a lidar em várias esferas da vida, 6 delas encontram-se nesta faixa etária.

Dentre as eleitas na casa dos 50 estão as vereadoras Arlete do Cabo (Avante), com 56 anos, Beatriz Madureira (MDB), com 52, Dayse Picão (MDB), com 51, e Kátia Protetora (PSC), com 55, além da vice-prefeita de Ouro Preto, Regina Braga (Republicanos), com 56. Dentre as que têm entre 60 e 69, estão as vereadoras Inez Santos (MDB), com 64, Ditinha (PDT), com 63, e Cida Oliveira (PT), com 62, além das vice-prefeitas Maria do Socorro (PDT), com 66, e Ivete Otoni (MDB), com 63.

A mais velha dentre as mulheres eleitas nos municípios pesquisados é a prefeita de Juiz de Fora, Margarida Salomão (PT), com 70 anos à época da eleição. Mas quando analisamos o fato pelo recorte da natureza do cargo, é curioso observar que a outra prefeita eleita, Cleidileny Chaves (PP), com 30 anos, é a quarta mais nova do corpus, já descartando, pelo menos no caso desta amostra, a possibilidade de que a idade seja o principal fator para a decisão do eleitor em relação a eleição ou não de mulheres para o poder executivo.

Dentre as eleitas mais novas do que Cleidileny estão as vereadoras Daiane do Zé Elói (PP), 22 anos, Rayana (PDT), 27 anos, e Laís Perrut (PT), 29 anos. Encerrando a lista vêm as vereadoras Tallia Sobral (PSOL), 37 anos, Edilene Coelho (PL), 38 anos, e Lílian França (PDT), 48 anos.

O fato das mulheres idosas comporem o grupo etário com maior número de eleitas pode suscitar várias interpretações. Entre elas está a de que mulheres vistas como mais experientes despertem mais simpatia do eleitorado, por diversos motivos: detém a sabedoria adquirida com a idade, lembram mães e avós, o papel social culturalmente atribuído como mais positivo às mulheres, e até mesmo o fato de que, como muitas já entraram na menopausa, não poderão mais ter filhos, o que poderia afastá-las da prestação do serviço a que se propõem, dentre outras razões mais essencialistas e comumente geradas a partir de diversos fatores, inclusive preconceitos e estereótipos sociais.

GRÁFICO 18 - PERFIL MÉDIO POR IDADE

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

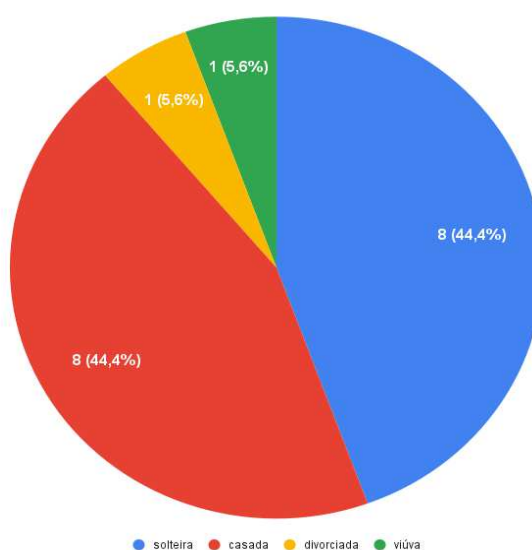
Em relação ao estado civil, oito são solteiras, uma é divorciada e outra é viúva. As outras oito são casadas. Portanto, a maioria vive fora de um casamento tradicional, centrado na família nuclear patriarcal. Isso surpreende porque, em uma sociedade que julga as mulheres por estereótipos culturais machistas, ter um homem que possa guiá-la frente aos desafios seria uma “qualidade” desejável, a tal ponto que o fato de algumas candidatas apostarem em padrinhos políticos homens seja tão comum. Essa tendência, detectada por Panke (2016) em sua pesquisa sobre candidaturas latino-americanas, é duramente combatida pela pesquisadora. “A associação direta entre o valor de uma mulher e seu status civil é outra das armadilhas onde as mulheres são julgadas na política e fora dela” (Panke, 2016, p.25).

Voltando à análise dos dados compilados, é possível afirmar que, dentre as solteiras, pelo menos duas pertencem à comunidade LGBTQIA+. As informações não constam no banco de dados do TSE, mas sim no conteúdo presente nas redes sociais das próprias mulheres. Uma delas é a vice-prefeita de Ouro Preto, Regina Braga, do REPUBLICANOS. Ela assumiu sua relação homoafetiva com a companheira em sua página no *Facebook*. A outra é Tallia Sobral, vereadora pelo PSOL de Juiz de Fora, que se apresentou como bissexual desde a campanha, em postagens diversas no *Facebook*. Nessas postagens, ela assume um relacionamento estável com outra mulher. Há mais uma candidata que foi obrigada a lidar

com o tema da homossexualidade durante a campanha eleitoral. Trata-se da prefeita de Juiz de Fora, Margarida Salomão (PT), exposta como lésbica em estratégias subterrâneas de alguns dos seus opositores. A então candidata, porém, jamais assumiu ser uma mulher LBT+, da mesma forma que não refutou a classificação atribuída a ela em tom pejorativo.

Importante destacar que, das três, uma delas é de um partido tradicionalmente de direita e as outras duas, de partidos de esquerda, o que demonstra que a legenda não foi fundamental para os resultados. Já o fato de que Ouro Preto e Juiz de Fora são os maiores colégios eleitorais pesquisados pode significar que, nas pequenas cidades, assumir uma orientação sexual divergente da norma socialmente imposta pode ser mais difícil do que nos grandes colégios eleitorais. De qualquer forma, o fato de que há mulheres LBT+ entre as eleitas em um território tão conservador já aponta mudanças significativas no padrão de escolha do eleitorado da Estrada Real.

GRÁFICO 19 - PERFIL MÉDIO POR ESTADO CIVIL



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

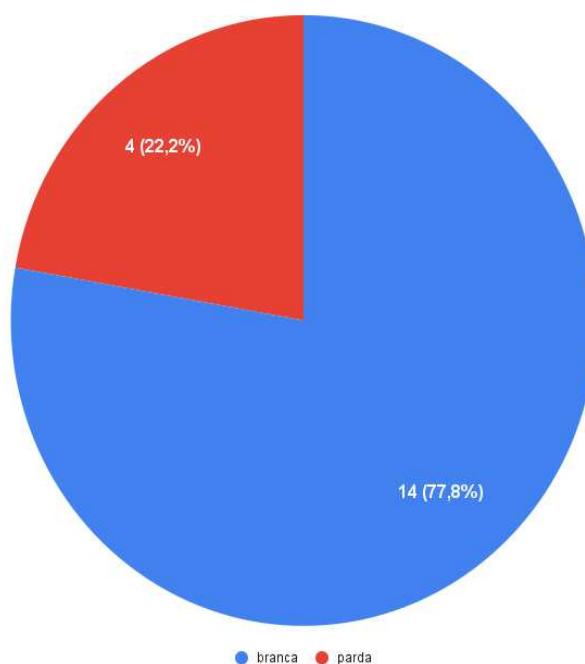
Se durante a corrida do ouro, nos séculos 17 e 18, as mulheres negras alforriadas constituíram o segundo grupo econômico mais poderoso de Minas Gerais, perdendo apenas para os homens brancos, hoje as mulheres negras são as mais precarizadas na pirâmide social e, mais do que nunca, estão completamente à margem dos espaços de decisão política. As pardas são minoria enquanto as pretas sequer têm representação política nos 18 municípios pesquisados. Isso torna-se ainda mais grave quando consideramos que os municípios que

fazem parte do eixo principal da Estrada Real são justamente os mais antigos do Estado, que receberam negros escravizados como mão-de-obra e, por isso, têm populações afrodescendentes consideráveis. Também não existe na região representação indígena ou amarela, conforme as denominações de cor/raça adotadas pelo TSE. No *corpus* desta pesquisa, são 14 mulheres autodeclaradas brancas e quatro pardas.

A origem desse estado de coisas está no racismo sistêmico que, nas últimas décadas, começou a ser descortinado, especialmente por mulheres feministas como Lélia Gonzalez e Sueli Carneiro, como já mencionado. A primeira elabora a premissa de que o Brasil não é uma democracia racial, como apontava a sociologia escrita por homens brancos, mas sim palco de um racismo disfarçado, que ela chama de “racismo por denegação”, conforme relatado no capítulo 3. Deste mito da democracia racial, deriva, segundo ela, a “ideologia do branqueamento”, traduzida no linguajar mineiro do interior como a necessidade das famílias afro-descendentes “limparem o sangue” a partir do casamento miscigenado com pessoas brancas.

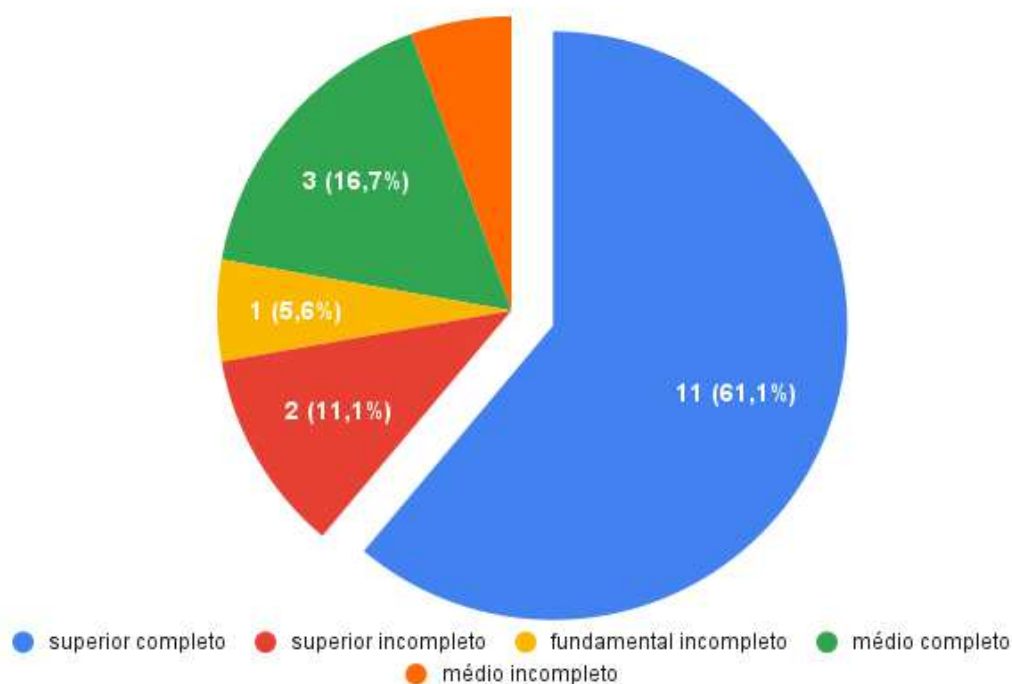
É possível que ocorra, nos dados do TSE referentes à autodeclaração de cor/raça, alguma subnotificação acerca das mulheres não-brancas. A teórica feminista brasileira, Sueli Carneiro, afirma que a dificuldade do brasileiro se auto classificar racialmente é constantemente atribuída à larga miscigenação ocorrida no país desde a sua colonização. “É como se a indefinição estivesse na essência do nosso ser (Carneiro, 2011, p.63)”, ironiza ela. A pesquisadora lembra que “a identidade étnica e racial é um fenômeno historicamente construído ou destruído” (Carneiro, 2011, p.63). A negação de se autoclassificar como negra, portanto, seria uma reação cultural ao medo do racismo. O mesmo pode ocorrer em relação à subnotificação das indígenas, cuja ancestralidade também é comum na região.

De qualquer forma, a falta de representatividade de mulheres não-brancas é uma situação preocupante, que desafia todo o conhecimento produzido pelos feminismos negro e decolonial sobre os problemas decorrentes da falta de perspectiva de um olhar diferenciado sobre questões públicas e privadas que povoam as pautas dos municípios. Exemplo é o fato da presidência da Comissão de Igualdade Racial da Câmara Municipal de Juiz de Fora ter sido ocupada pela vereadora Laís Perrut, que é branca.

GRÁFICO 20 - PERFIL MÉDIO POR COR/RAÇA

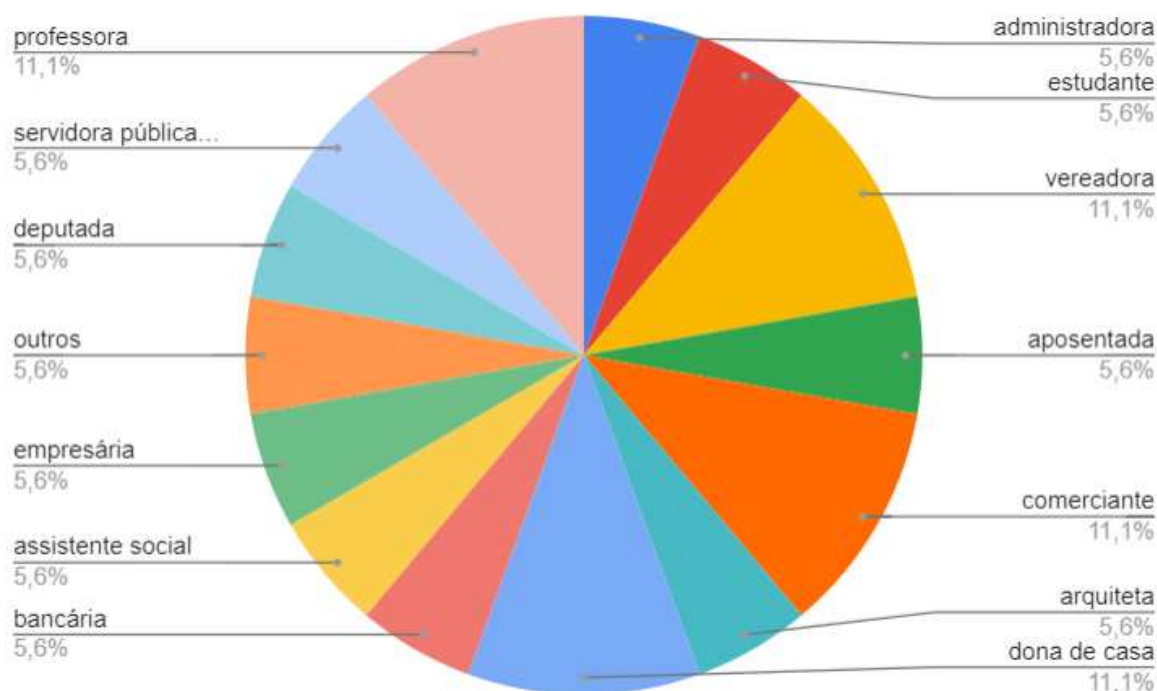
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

As últimas pesquisas realizadas pelo TSE mostram que, no geral, as mulheres eleitas estudam mais do que os homens. E essa premissa vale também para a Estrada Real: elas têm escolaridade alta, respaldando o argumento de que as mulheres precisam de mais predicados do que eles para se estabelecerem na política (Panke, 2026). Do total, onze possuem ensino superior completo e duas apresentam superior incompleto. Outras cinco possuem ensino médio completo e uma incompleto. Apenas uma candidata possui ensino fundamental incompleto.

GRÁFICO 21 - PERFIL MÉDIO POR ESCOLARIDADE

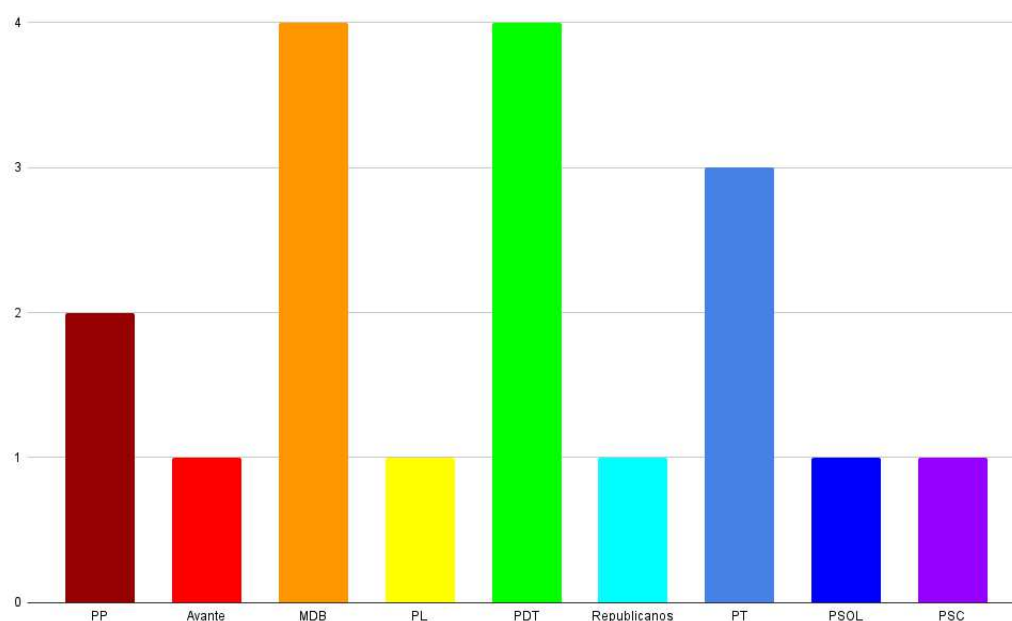
Fonte: Elaborado pela autora (2025).

As profissões são as mais diversas, mas apenas duas se autodeclararam donas de casa, ocupação identificada com o tradicional papel dedicado à mulher na sociedade patriarcal e um dos estereótipos verificados por Panke (2016) na sua pesquisa com mulheres candidatas da América Latina. São duas também as que se declaram professoras, assim como vereadoras e comerciantes. No que tange à representatividade na política, duas delas se autodeclararam vereadoras: Arlete do Cabo e Regina Braga. Outras que ocupavam o mesmo posto antes das eleições de 2020 preferiram informar sua profissão original, como Edilene Correia, que se autodenominou comerciante, ou sua condição de aposentada, como Inez dos Santos. No grupo, há também uma mulher que se autodeclarou deputada: a prefeita de Juiz de Fora, Margarida Salomão.

GRÁFICO 22 - PERFIL MÉDIO POR PROFISSÃO

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Em relação aos partidos políticos, o MDB e o PDT são os que apresentam o maior número de mulheres eleitas em 2020, com quatro cada. Em terceiro está o PT, com três mulheres eleitas, curiosamente todas elas em Juiz de Fora. Em seguida vem o PP, com duas eleitas, as duas em Itambé do Mato Dentro. PL, PSOL, PSC, AVANTE e REPUBLICANOS elegeram uma mulher cada. Esta pesquisa não enfrenta o desafio de definir quais são dos espectro de direita, esquerda ou centro, porque, como ensina Bourdieu (2011), a designação ideológica dos partidos políticos é sempre relacional. De qualquer forma, no Brasil deste momento histórico, é legítimo considerar que PSOL e PT estão mais próximos do campo da esquerda, enquanto PL e PSC, do campo da extrema-direita. Oscilando ao sabor das peculiaridades locais, estão os demais.

GRÁFICO 23 - PERFIL MÉDIO POR LEGENDA

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

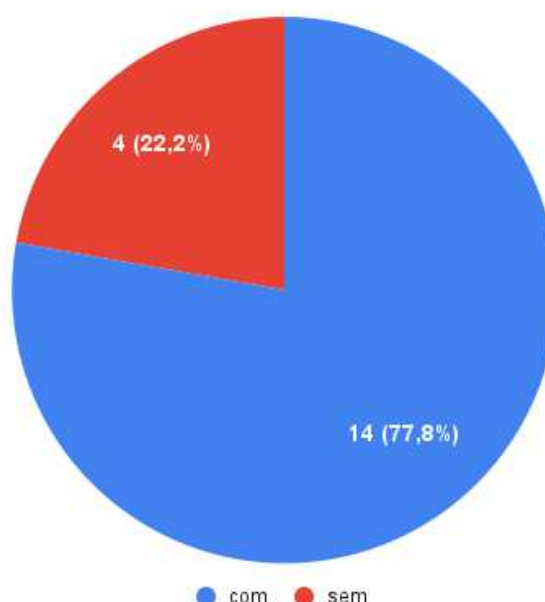
6.2 MULHERES SEM PRESENÇA DIGITAL: ELAS AINDA PERSISTEM

A sistematização dos resultados da pesquisa demonstra que, apesar do acentuado processo de midiatização que caracteriza a contemporaneidade (Braga, 2012; Hjarvard, 2014) o grau de aderência a ela varia, inclusive, dentro do mesmo território, oscilando entre municípios menores e maiores. Prova disso é o número de mulheres sem presença na esfera pública conectada das plataformas digitais, todas elas provenientes de municípios com menos de 70 mil habitantes.

O corpus desta pesquisa pressupunha o acompanhamento da construção do perfil de 18 mulheres, mas quatro delas não fizeram nenhuma postagem em redes sociais: uma vice-prefeita e três vereadoras. Isso significa que, a despeito de toda a teorização abordada nesta pesquisa sobre a importância das plataformas digitais na sociedade midiatizada (Bennett; Segerberg, 2023; Castells, 1999; Hjarvard, 2012; Jenkins, 2013; Leal; Passos, 2021; Martino, 2014; Recuero, 2018), as mulheres políticas do circuito histórico da Estrada Real sem presença digital ainda persistem.

Uma situação grave, principalmente se considerarmos a forma com que as discussões da contemporaneidade vem transbordando da esfera pública tradicional (Habermas, 2014), ou seja, daquela proporcionada pela mídia tradicional, para a da esfera pública conectada (Benkler, 2006), àquela que se constitui a partir da internet, em suas variadas formas de comunicação. A opção pelo verbo transbordar, neste caso, tem um objetivo específico: sustentar que os grandes debates da atualidade não deixam de ocorrer na mídia tradicional, mas acontecem também, e muitas vezes até com maior vigor, nas plataformas sociais, em um processo típico da cultura da convergência (Jenkins, 2013).

GRÁFICO 24 - PERFIL MÉDIO POR PRESENÇA DIGITAL



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O gráfico mostra que mulheres sem presença digital representam a minoria do corpus pesquisado: 22,2% ou 4 delas. No entanto, é uma minoria representativa, considerando as condições em que se deram as eleições municipais de 2020, em meio à pandemia da covid-19, em que o isolamento social ainda era o recomendável, e, por isso, a campanha foi intensificada nas redes sociais. Naquele momento, houve um investimento do legislador em solidificar as redes como espaço preferencial da esfera pública, a partir da aprovação de leis que expandiram a campanha online, em detrimento daquela feita historicamente via meios de

comunicação de massa. E, ainda permitiu a utilização de propaganda política paga nas redes, ao contrário do que acontece historicamente com o Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita. Além disso, ocorreu ainda um esforço de partidos e assessorias políticas em qualificar os candidatos a ocuparem as redes sociais com santinhos, memes, vídeos, *lives* e toda sorte de estratégias para conquistar os eleitores. Mesmo assim, um grande percentual das mulheres da Estrada Real se manteve longe deste espaço que, em uma perspectiva mais neoliberal, pode ser chamado de um novo nicho do mercado eleitoral.

Cabe ressaltar, porém, que essas mulheres políticas sem presença digital estão presentes em um espaço territorial específico: os municípios de pequeno porte. Uma hipótese plausível, mas não verificada por esta pesquisa, é que nos pequenos municípios, onde todos se conhecem, o isolamento social foi menos severo, o que possibilitou que a campanha eleitoral continuasse a ser feita de forma presencial. Outra é a de que, no Brasil profundo, as relações sociais ainda operam majoritariamente fora das plataformas digitais. Segundo Hjarvard (2014, p.39): “As mídias são um recurso para representar informação e construir relacionamentos a partir da ação comunicativa”. E nos municípios menores, este recurso é menos imprescindível do que nos maiores, o que resulta em uso reduzido das mediações propostas pelas tecnologias.

Um desafio pertinente a esta pesquisa é tentar estabelecer conexões entre os perfis das mulheres sem presença digital. Uma delas é Arlete do Cabo, 56 anos, vereadora eleita em Itambé do Mato Dentro, o menor município abarcado por esta pesquisa, com seus 2.032 habitantes. Arlete é uma das quatro que se autodeclararam pardas, a única que não concluiu o ensino fundamental e a que fica em segundo lugar no ranking de menor patrimônio pessoal, no caso dela estimado em apenas R\$14.900,00. Mas este perfil social não é similar ao das demais candidatas sem perfil digital. Outra delas é Ditinha, 63 anos, eleita vereadora em Bom Jesus do Amparo, o segundo menor município analisado por esta pesquisa, com seus 6.182 habitantes. Ela se autodeclara branca, comerciante, com 2º grau completo e patrimônio declarado de R\$75.000,00. A terceira é Maria do Socorro, vice-prefeita eleita em Rio Acima, município com 10.524 habitantes. Com 66 anos, ela se autodeclarou branca, dona de casa e com ensino médio incompleto. Bem menos modesto em relação ao das demais, seu patrimônio declarado é de R\$515.000,00. A quarta é a vereadora de Conceição do Mato Dentro, Dayse Picão, 51 anos em 2020, branca, casada, ensino superior completo e empresária. Declarou possuir um total de bens da ordem de R\$4.515.510,75.

Uma característica que une Arlete do Cabo e Ditinha é que ambas são vereadoras de 3º mandato. Já estavam estabelecidas na política, com pressuposta base eleitoral conquistada, quando concorreram em 2020 sem a utilização das redes sociais. A vice-prefeita Maria do

Socorro nunca havia exercido mandato, mas já tinha se candidatado a vice-prefeita do município por três vezes, ou seja, também era um nome previamente conhecido do eleitorado. Dayse Picão, por sua vez, nasceu em uma família de longa tradição política em Conceição do Mato Dentro. Todas elas, portanto, tinham acesso ao capital político necessário para enfrentar uma disputa eleitoral em uma cidade pequena, onde, como afirma Bourdieu (2011), o candidato pode se eleger mesmo que conte apenas com uma “competência política elementar”.

Há também candidatas eleitas que não apostaram no potencial das redes, ainda que não o tenham negligenciado completamente. É o caso da vereadora Rayane, uma arquiteta, nativa digital, com 27 anos à época da eleição, que fez apenas 5 publicações na sua campanha eleitoral, uma no primeiro ano de mandato, sete no segundo e duas no terceiro. O caso de Rayane indica que a pouca presença digital não é característica apenas de candidatas com mais idade. Até porque a candidata com 70 anos à época da eleição, a prefeita de Juiz de Fora, Margarida Salomão (PT), investiu pesado nesta mídia e se tornou uma das campeãs em número de postagens nas plataformas digitais.

Nas cidades de porte médio e grande, como são os casos de Ouro Preto, com 74.824 habitantes, e Juiz de Fora, com seus 577.532, os dados reforçam que é impensável uma candidata ou eleita conseguir destaque político sem fazer uso das redes sociais. Em todos os casos foi exigido delas alta concentração de capital digital. Em Ouro Preto, tanto a vice-prefeita eleita quanto a vereadora apostaram nessas ferramentas. Em Juiz de Fora também. As cinco eleitas - a prefeita e as quatro vereadoras - utilizaram as redes sociais como arena para a disputa do eleitorado, inclusive fazendo uso profissional de estratégias de ação conectiva, como o uso de *hashtags*, a marcação de outros perfis, postagens colaborativas, dentre outras.

A análise demonstra, portanto, que idade, escolaridade, profissão e patrimônio não foram determinantes para a presença ou não no mundo digital das mulheres políticas. Entretanto, o porte dos municípios sim. Isso reforça a análise de Braga (2012) de que a midiatização é um processo em curso - e não uma situação já dada e definida - de alta complexidade. Conforme o autor, é preciso ter claro que, em tempos de midiatização, “não são ‘os meios’, ou ‘as tecnologias’, ou ‘as indústrias culturais’ que produzem os processos – mas sim todos os participantes sociais, grupos *ad-hoc*, sujeitos e instituições que acionam tais processos e conforme os acionam” (Braga, 2012, p. 50).

Reforçando esta percepção de processo em curso, Hjarvard (2014), afirma que “a midiatização envolve a institucionalização de novos padrões de interações e relações sociais

entre os atores, incluindo a institucionalização de novos padrões de comunicação mediada (Hjarvard, 2014, P.24). Esses padrões, porém, não são necessariamente absorvidos no mesmo tempo e na mesma intensidade por públicos diferentes em lugares diversos, mesmo que todos eles estejam sob o efeito dos mesmos processos da midiatização em curso.

Assim, é compreensível o fato de que ele seja mais acentuado em determinados lugares, a depender de diversos fatores, inclusive das formas com que profissionais e amadores se articulem no campo político, à luz dos ensinamentos de Bourdieu (2011). Conforme o autor, o campo político é um dos campos sociais que ele define como os espaços onde se dá a luta pelo poder simbólico de construção da realidade, exercido com a permissão e a cumplicidade dos grupos dominados. São microcosmos autônomos que operam com critérios que não têm necessariamente validade no microcosmo vizinho. Entretanto, esses campos sociais não são estruturas fixas, são construções histórico-sociais. “Um campo é um campo de forças, e um campo de lutas para transformar as relações de forças” (Bourdieu, 2011, p.201).

No caso específico do campo político, os efeitos externos se fazem sentir em função da relação entre políticos, eleitores e as suas organizações. Esta relação, porém, não é equânime. Há pressupostos que fazem com que um pretense político tenha mais propensão a acessar este campo do que outro. Entre eles estão a escolaridade e o capital cultural, o que inclui o acesso profissionalizado às práticas políticas institucionalizadas, como a da comunicação. Para Bourdieu (2011), há aqui uma subdivisão clara entre “profissionais” e “profanos” que, em alguma medida, é influenciada pelo porte dos municípios em análise, constituindo assim uma ascendência dos municípios maiores sobre os menores. “Quanto mais o campo político se constitui, mais ele se autonomiza, mais se profissionaliza, mais os profissionais tendem a ver os profanos com uma espécie de comiseração” (Bourdieu 2011, p.197). O autor acredita que, em uma cidade pequena, o político possa ser “natural” e contentar-se com uma “competência política elementar”. Já nas grandes cidades isso é impensável. Corrobora para este entendimento a discussão sobre a necessidade dos políticos adquirirem capital digital (Dias, Cavalcanti e Fialho, 2022; Park, 2017) o que também se torna mais simples nos grandes centros, onde o acesso à profissionais capacitados é mais regular.

Cabe aqui destacar ainda que o processo de midiatização acentua a sobreposição de instituições, imbricando as lógicas de umas com as das outras. “A mídia pode, certamente, não ter sempre a principal influência nessas situações de sobreposição, mas o ponto-chave é que a mistura de lógicas institucionais oferece solo fértil para a mudança social e cultural” (Hjarvard, 2014, p.37). Isso também joga luz sobre o fato de que, em municípios menores,

onde o processo de midiaticização ocorre em velocidade menos acentuada, as mudanças sociais e culturais demoram mais a ocorrer. Em outras palavras, ajuda a explicar porque os municípios menores são mais conservadores na política, característica que em nada favorece a luta das mulheres por maior representatividade.

6.3 EM NOME DO PAI?

Quase nove em cada dez brasileiros (89%) acreditam em Deus ou em um poder maior, de acordo com a pesquisa Global Religion 2023⁵¹, feita pelo Instituto Ipsos em 26 países. O Brasil está no topo do ranking, ao lado da África do Sul, já que a média global é de 61%. Pesquisa Datafolha de 2020⁵² aponta que 50% dos brasileiros são católicos, 31% evangélicos, 10% não têm religião, 3% são espíritas, 2% candomblé, umbanda e outras religiões afro-brasileiras, 2% outras, 1% ateus e 0,3% judeus.

A religião, portanto, faz parte da vida do brasileiro, especialmente a religiosidade cristã que abarca 84% da população, com as três maiores comunidades religiosas do país: católicos, evangélicos e espíritas. Neste contexto, é relativamente fácil compreender porque, pelo menos a princípio, pode parecer imprescindível que lideranças políticas vinculem seus perfis a religiões cristãs, em especial à católica e à evangélica. Na melhor das hipóteses, essas repetem genuinamente o perfil dos brasileiros que representam. Na pior, constroem uma religiosidade de fachada para conquistar mais votos.

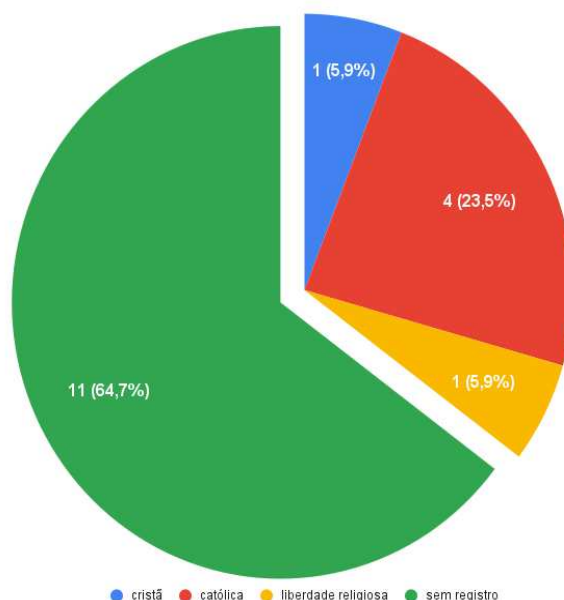
É válido observar que a forma tradicional com que a comunicação política se utiliza da religiosidade na construção dos perfis dos eventuais candidatos só reforça o fenômeno da sobreposição institucional, conforme descrito por Hjarvard (2014). Inclusive, é um fenômeno de mão dupla, já que os religiosos também se apropriam da mídia com aspirações políticas. Entretanto, o que se vê nesta pesquisa destoa das expectativas em torno desse comportamento.

⁵¹

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-05/Ipsos%20Global%20Advisor%20-%20Religion%202023%20Report%20-%202026%20countries.pdf>

⁵²

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>

GRÁFICO 25 - PERFIL MÉDIO POR CRENÇA/RELIGIÃO

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Do total das eleitas na Estrada Real estudadas nesta pesquisa, 11 mulheres não registraram nenhuma preferência religiosa, enquanto uma defendeu a liberdade de crença, sem necessariamente professar fé em nenhuma religião. Quatro delas se apresentaram como católicas. Uma informou ter fé em Deus e uma se definiu como cristã, mas sem especificar uma religião específica.

Dentre as católicas está a vereadora Lílian França (PDT), do município de Ouro Preto, que postou, durante a campanha, vídeo dela em tarde de louvor e fez referência à fé religiosa em nota de pesar. Durante o exercício do mandato, a vereadora também postou uma foto com a turma da novena e outra da Igreja do Rosário, patrimônio arquitetônico e cultural de Ouro Preto.

A outra eleita em Ouro Preto, a vice-prefeita Regina Braga (REPUBLICANOS), fez um uso muito mais intenso da sua fé católica. Desde a campanha, ela demonstrou o hábito de visitar as igrejas destinadas aos santos do dia, como no caso do dia de São Francisco, e de prestigiar as festividades religiosas da cidade, como a festa de Nossa Senhora Aparecida. Ela também participou de missas e de homenagens a religiosos, como a feita para a Irmã Tereza.

No natal de 2022, gravou um vídeo para as famílias de Ouro Preto fazendo referência direta ao “Menino Jesus”.

De maneira geral, são seis candidatas reconhecidamente religiosas. Das outras 12, uma constrói sua imagem expondo que não possui predileção e defendendo a liberdade religiosa - iniciativa que, em tempos de crescimento do neoconservadorismo, ressalta a natureza laica do Estado brasileiro, devidamente inscrita na Constituição de 1988. Neste caso, trata-se da prefeita de Juiz de Fora, Margarida Salomão (PT), que, em 2021, criou o Comitê Municipal de Respeito à Liberdade Religiosa, com o objetivo de dialogar com lideranças das diversas religiões sobre problemas pertinentes ao município. As demais não fazem registro de envolvimento religioso.

Dessa forma, os dados apontam que, ao contrário do que propunha uma das hipóteses propostas por esta pesquisa, as mulheres da Estrada Real não se sentem mais impelidas a professarem aderência à religião cristã, o que parece ser uma mudança notável em um ambiente conservador. É, dessa forma, um novo quadro relacional para a construção da identidade delas. Entretanto, chama a atenção a falta de representatividade de outros credos que não sejam os cristãos, considerando que o Brasil é um país marcado pela diversidade religiosa. Não há, por exemplo, nenhuma adesão a religiões de matrizes africanas, afro-brasileiras ou indígenas. Ainda que todas elas sejam perseguidas pelo neoconservadorismo latente, são símbolos da brasilidade e mantêm algum apelo popular. Da mesma forma, não há registro de aderência a outras religiões estrangeiras que sempre encontraram no Brasil um reduto confortável, como o budismo, o judaísmo e mesmo o islamismo que, ao contrário do que ocorre em muitos países ocidentais.

O que mais impressiona, no entanto, é que dentre as 18 mulheres estudadas não haja nem uma única que se defina como evangélica, ou seja, como representante do segundo maior grupo religioso do país e o que mais cresce na atualidade. Um grupo que goza de larga representação social, já que domina uma parte considerável do sistema de comunicação do país e possui ampla base parlamentar e executiva nas diferentes esferas de poder político. Além disso, apesar das diferenças doutrinárias e das rugas históricas, tem sido cada vez mais um aliado do grupo católico em torno de pautas importantes para o neoconservadorismo, como a rejeição à chamada “ideologia de gênero”, ao aborto e às identidades de gênero fora da norma padrão. Segundo Biroli, Machado e Vaggione (2020), apesar da religião católica já ter farta experiência junto ao Estado na “defesa de uma moralidade reprodutiva e matrimonial, o neoconservadorismo integra atores do campo evangélico e engendra novas formas de atuação política” (Biroli; Machado; Vaggione, 2020, p.28 e 29). Portanto, é uma prática religiosa mais

integrada às bandeiras católicas conservadoras da atualidade do que qualquer outra e, por isso, tende a ser mais bem aceita em ambiente conservador.

De maneira geral, a análise demonstrou que em relação ao quesito religiosidade, o espectro ideológico dos partidos políticos foi mais determinante na construção das imagens das mulheres eleitas do que quaisquer outros fatores. As seis que manifestaram fé em Deus, em Cristo ou especificamente na religião católica pertencem a partidos que estão localizados no espectro que vai da extrema-direita ao centro: duas do PL, uma do REPUBLICANOS, uma do PDT e uma do MDB. Já a que não manifesta predileção de credo, mas aposta na tese da liberdade religiosa, é de um partido situado no espectro que vai da centro-esquerda à esquerda, o PT. A imprecisão no enquadramento ideológico dos partidos, conforme já explorado anteriormente, sustenta-se no entendimento da natureza relacional que acarreta: como ensina Bourdieu (2011), um partido considerado progressista em um município pode atuar como um conservador em outro.

É importante destacar, porém, que o fato de uma mulher candidata não assumir uma religião cristã específica pode ser um indício de que ela não compartilha - ou compartilha em menor escala - valores conservadores na construção do seu perfil, mas jamais uma determinação. Embora esta pesquisa não consiga aferir isso, são duas as possibilidades mais latentes: ou essas mulheres não assumem uma fé religiosa porque tal atitude não é mais importante no contexto social mineiro ou por questões estratégicas de marketing eleitoral, como não desagradar a nenhum grupo religioso.

6.4 GÊNERO E CAMPANHA PERMANENTE

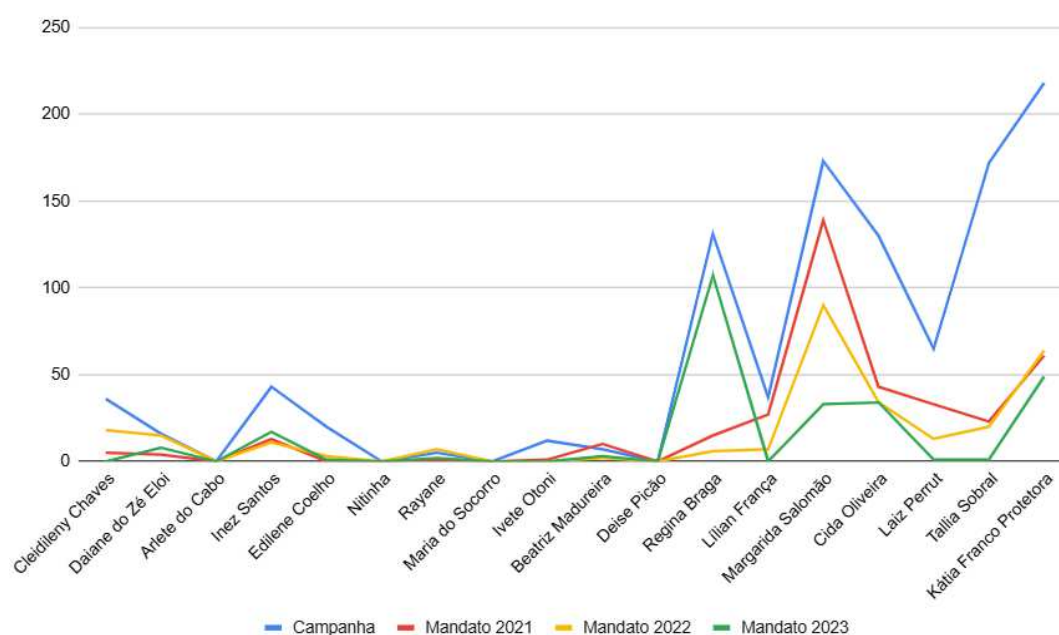
A análise das postagens feitas na plataforma digital *Facebook*, no período proposto para esta pesquisa, mostrou que a “campanha permanente” em redes sociais ainda é muito incipiente como estratégia política adotada pelas mulheres da Estrada Real, onde sequer a preocupação com a presença digital é unânime. Dentre os 18 perfis de *Facebook* analisados, apenas um demonstrou maior preocupação com a campanha permanente, ao ampliar o número de postagens continuamente no cumprimento do mandato. Conforme já abordado no Capítulo 2, é importante compreender que as campanhas não se resumem mais a mobilizar os eleitores em períodos eleitorais específicos, já que, devido a natureza do eleitor moderno, essa campanha deve ser permanente (Lilleker 2006). O que ele chama de “natureza do eleitor pós-moderno”, à propósito, está diretamente ligado ao fato de que, na contemporaneidade, os indivíduos têm convicções políticas mais fluidas, menos comprometidas com ideais que

mobilizaram o século XX, como os conceitos de esquerda e direita. Além disso, há também uma cultura da anti-política que impele os eleitores a acreditarem que os políticos são todos iguais e, em função disso, eles têm mais dificuldades de escolher um lado do espectro político. Por isso, uma campanha de sucesso mira o eleitor indeciso, que precisa ser disputado dia a dia, minuto a minuto, já que estratégias de curto prazo - que alcancem apenas afiliações ideológicas fixas, por exemplo - não são mais suficientes para comprometê-lo (Lilleker 2006).

A despeito de toda a literatura acadêmica que atesta a importância da construção de perfis políticos nas redes sociais em tempos de midiatização, um percentual de 22,2% das mulheres pesquisadas não possui nenhuma presença digital, conforme já abordado. São elas a vereadora de Itambé do Mato Dentro, Arlete do Cabo, a vereadora de Bom Jesus do Amparo, Nitinha, a vice-prefeita de Rio Acima, Maria do Socorro, e a vereadora de Conceição do Mato Dentro, Dayse Picão, que não fizeram nenhuma postagem no *Facebook* em nenhum momento dos quatro anos pesquisados.

No gráfico, elas podem ser visualizadas nos quatro pontos de intersecção entre todas as linhas que demonstram o volume de postagens zero nos diferentes períodos analisados nesta pesquisa: a campanha eleitoral, o mandato 2021, o mandato 2022 e o mandato 2023.

GRÁFICO 26 - PUBLICAÇÕES NA CAMPANHA ELEITORAL E NOS TRÊS PRIMEIROS ANOS DE MANDATO



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Uma leitura menos imagética dos dados aqui contidos é possível de ser feita a partir da tabela de dados, que ajuda a expor, com maior precisão, os números de postagens de cada uma das mulheres nos diferentes períodos aferidos.

QUADRO 10 - PUBLICAÇÕES NA CAMPANHA ELEITORAL E NOS TRÊS PRIMEIROS ANOS DE MANDATO

MULHERES	# CAMPANHA	# MANDATO 2021	# MANDATO 2022	# MANDATO 2023	# TOTAL
Cleidileny Chaves	36	5	18	0	59
Daiane do Zé Elói	16	4	15	8	43
Arlete do Cabo	0	0	0	0	0
Inez Santos	43	13	11	17	84
Edilene Coelho	20	0	3	1	24
Nitinha	0	0	0	0	0
Rayane	5	1	7	2	15
Maria do Socorro	0	0	0	0	0
Ivete Otoni	12	1	0	0	13
Beatriz Madureira	7	10	2	3	22
Deise Picão	0	0	0	0	0
Regina Braga	131	15	6	107	259
Lilian França	37	27	7	0	71
Margarida Salomão	173	139	90	33	435
Cida Oliveira	130	43	34	34	241
Laiz Perrut	65	33	13	1	112
Tallia Sobral	172	23	20	1	216
Kátia Franco Protetora	218	61	64	49	392
TOTAL DE POSTAGENS					1986

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A partir da análise das outras 14 mulheres, é possível perceber que o período da campanha eleitoral foi o que mobilizou os maiores esforços em termos de comunicação nas redes sociais. No Gráfico 32, a linha azul, que representa esse marco temporal, está majoritariamente grafada acima das demais. As exceções são a da vereadora de Rio Acima, Rayane, que, especificamente em 2022, no cumprimento do mandato, publicou um volume maior de postagens, e a da vereadora de Conceição do Mato Dentro, Beatriz Madureira, que, em 2021, publicou mais conteúdo do que na campanha de 2020. Há, ainda, o caso da

vereadora de Itambé do Mato Dentro, Daiane do Zé Eloi, que, em 2022, fez o mesmo número de publicações que havia feito na campanha.

Dentre as 11 restantes, a tônica foi privilegiar o período eleitoral regular, reduzindo o volume após a posse. As maiores discrepâncias podem ser verificadas em Juiz de Fora, o maior município pesquisado. Entretanto, isso se deve ao grande número de postagens efetivadas pelas mulheres, tanto na campanha quanto no cumprimento dos mandatos. Por isso, mesmo reduzindo muito as postagens, o volume final ainda ficou superior à média verificada nos pequenos municípios. Esta análise inclui as comunicações da prefeita Margarida Salomão e das vereadoras Cida Oliveira, Laiz Perrut, Tallia Sobral e Kátia Protetora. No caso das vereadoras Laiz e Tallia, as publicações no *Facebook* foram suspensas a partir de 2023, ano em que ambas migraram suas presenças digitais inteiramente para o *Instagram*. À exceção de Tallia, todas as demais foram reeleitas em 2024.

Cabe questionar aqui o erro estratégico que pode ser migrar os perfis de uma rede social para outra, ao invés de manter uma atividade complementar entre ambas. Em tempos de convergência midiática, é necessário aproveitar as vantagens de cada mídia, assim como de cada plataforma, para alcançar o eleitorado. O *Facebook* tem um perfil bem diferenciado do *Instagram* e, por isso, apresenta um outro tipo de conteúdo aos usuários: favorece os textos longos, a utilização de *hiperlinks* que ajudam a indexar as matérias e a criação de grupos e comunidades que utilizam critérios identitários para reunir eleitores já convertidos ou potenciais. No geral, concentra mais usuários do que o *Instagram*.

No segundo maior município do Estado, Ouro Preto, a vice-prefeita Regina Braga e a vereadora Lílian França se mantiveram presentes no *Facebook*, embora nenhuma das duas tenha empreendido os mesmos esforços de publicação empenhados na campanha eleitoral de 2020. Ambas foram reeleitas. Lílian reduziu a zero seus investimentos na plataforma digital *Facebook* em 2023, mas manteve ativo o perfil no *Instagram* que possui desde 2017.

No terceiro maior município, Conceição do Mato Dentro, a vice-prefeita Ivete Otoni teve um baixo desempenho nas redes sociais, fazendo apenas 5 postagens na campanha eleitoral e uma no primeiro ano de mandato. Mas isso não impactou na sua trajetória política. Em 2024, ela concorreu ao legislativo e foi eleita. A vereadora Beatriz Madureira, já citada nesta análise, também foi reeleita, da mesma forma que a vereadora Daise Picão, que não mantém presença digital.

Em Rio Acima, Maria do Socorro, a vice-prefeita sem presença digital, conquistou a reeleição. Rayane, a vereadora que, em 2022, registrou maior número de postagens no cumprimento do mandato do que na campanha, não obteve êxito nas urnas. Ao invés de

concorrer à reeleição, ela tentou uma vaga para a Prefeitura do município, ficando em segundo lugar, com 40,28% dos votos válidos.

Em Bom Jesus do Amparo, a vereadora Inez Santos, se reelegeu para seu 11º mandato. Dentre as mulheres pesquisadas dos quatro municípios menores, ela foi a que fez mais publicações na plataforma digital. Já a vereadora Edilene, que só fez publicações no *Facebook* durante a campanha eleitoral de 2020, também foi reeleita. Nitinha, por sua vez, foi reeleita mesmo sem manter presença digital.

No menor município do corpus, Itambé do Mato Dentro, a prefeita Cleidileny Chaves chegou a zero publicações em 2023. E não migrou para o *Instagram*: o perfil dela, criado em setembro de 2023, possui apenas duas postagens. No entanto, mesmo sem investimento em comunicação digital, Cleidileny foi reeleita prefeita do município pelo mesmo partido, com o aval de 1.888 eleitores, ou 100% dos votos válidos. Cabe ressaltar aqui que ela foi a única candidata a disputar o pleito.

Dentre as vereadoras de Itambé do Mato Dentro, a aderência ou não à campanha permanente não resultou em nenhum efeito no que tange às eleições de 2024. A vereadora Arlete do Cabo se reelegeu para mais um mandato, mesmo fora das redes. Já Daiane do Zé Eloi, que manteve presença digital no *Facebook* e no *Instagram*, não disputou a reeleição.

Do ponto de vista qualitativo, é possível observar que, de maneira geral, as postagens melhoraram após a campanha eleitoral. O mais provável é que os investimentos na profissionalização das campanhas políticas de mulheres ocorram apenas nas cidades maiores, deixando as pequenas à margem do esforço individual de cada uma ou, na melhor das hipóteses, de iniciativas partidárias não personalizadas, feitas de modo a atender as diversas candidatas do interior do país. Retomando a classificação feita por Bourdieu (2011), as candidatas eleitas nos grandes municípios construíram uma comunicação profissional enquanto as dos menores produziram campanhas profanas. Outra hipótese factível é a de que, após eleitas, as mulheres puderam contar com mais recursos e, assim, contrataram assessorias de comunicação profissionalizadas.

É visível também que as candidatas ao executivo recebem mais investimentos em comunicação do que aquelas que concorrem ao legislativo. Na menor cidade do corpus pesquisado, Itambé do Mato Dentro, a candidata à prefeita, Cleidileny Chaves, conforme já descrito no capítulo 4, apresentou os elementos básicos para uma campanha eleitoral, como *jingles*, vídeos, motes e santinhos. A incidência de postagem deles foi baixa, mas compatível com uma campanha modesta do interior. Já a candidata à prefeita de Juiz de Fora foi a vice-campeã em volume de postagens dentre as 18 do *corpus*. Nos mandatos, o número de

postagens caiu, mas elas ficaram mais profissionais, com maior qualidade das artes, fotos e designers, uso estratégico das hashtags e marcação de colaboradores e outras estratégias de ação conectiva. O exemplo mais evidente desta tendência é o da vereadora de Juiz de Fora, Kátia Protetora, a campeã de postagens, que demonstrou um desempenho amador durante a campanha, melhorando muito a performance nos anos seguintes. No caso da vice-prefeita Regina Braga, o volume foi alto e a qualidade também, na campanha e no mandato.

Nesses pequenos municípios, a campanha permanente digital não foi pré-requisito para eleger as mulheres que já estavam no poder. Caso, por exemplo, da prefeita reeleita de Itambé do Mato Dentro, que reduziu a zero as postagens no *Facebook* no ano que antecedeu o das eleições. Das outras sete mulheres, só não foram eleitas duas: uma vereadora que não concorreu à reeleição e uma outra vereadora que ousou disputar a Prefeitura. Já nos municípios maiores, com mais de 80 mil habitantes, a presença digital foi uma aposta unânime para manter as mulheres presentes na cartela de opções do eleitorado. Das sete que concorreram à reeleição em Ouro Preto e Juiz de Fora, todas utilizaram a estratégia de campanha permanente e apenas uma não obteve êxito eleitoral.

Os resultados desta pesquisa, portanto, apontam para duas tendências gerais. A primeira é o maior volume de publicação de conteúdos nas campanhas eleitorais, demonstrando a pouca compreensão das mulheres da Estrada Real sobre a importância da utilização da campanha permanente. A outra é a diferença de aderência à estratégia pelas mulheres dos municípios de pequeno e grande portes: enquanto as dos pequenos não utilizaram a campanha permanente como arma de disputa pelas urnas, as dos maiores fizeram do seu uso a regra.

Vale destacar que esta pesquisa não é suficiente para apontar - e nem se propôs a isso - se o alto índice de reeleições registrado é ou não influenciado pela aderência à campanha permanente. Nos municípios de pequeno porte, é mais provável que a interferência seja pequena. Fatores como o capital político acumulado durante o mandato, os acordos partidários, o uso da máquina pública e a proximidade física com o eleitor podem ter tido muito mais influência do que a exposição permanente na mídia. Já nos municípios maiores essa correlação de forças não fica tão clara. Em função da midiatização acentuada, tudo indica que a aderência à campanha permanente tenha impacto no resultado das urnas.

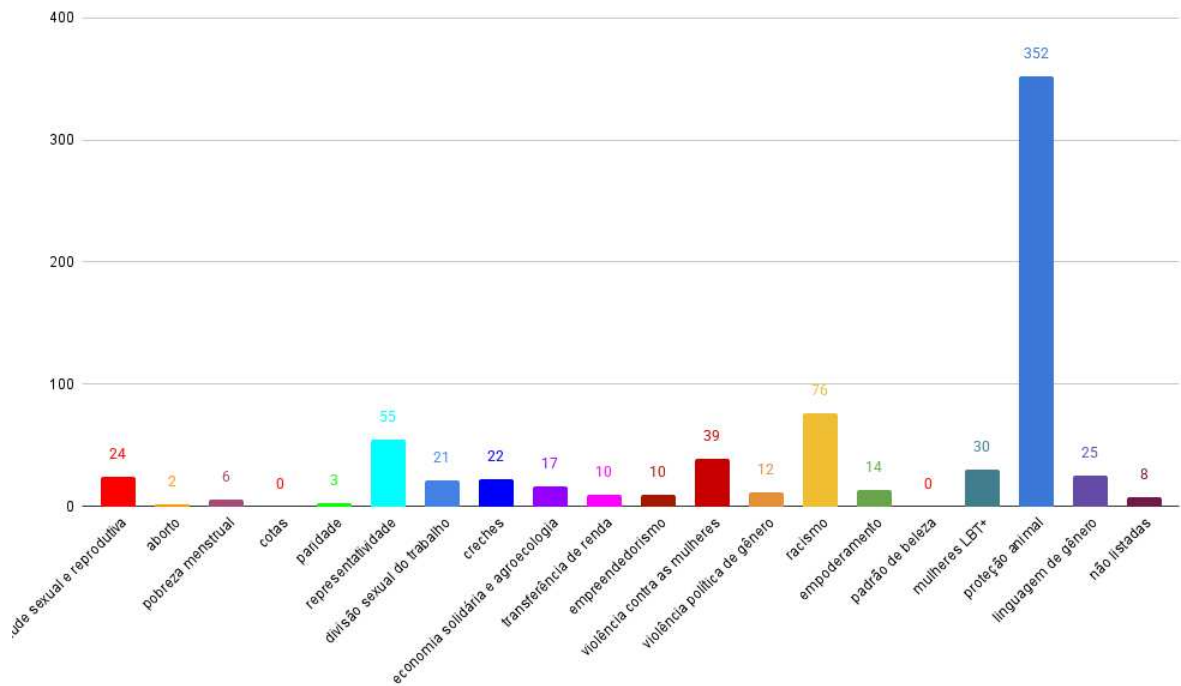
6.5 OS REGISTROS DOS FEMINISMOS NO DISCURSO POLÍTICO ELEITORAL FEMININO

Para aferir como os feminismos emergiram na construção dos perfis das mulheres eleitas na Estrada Real, durante as eleições de 2020, apresentamos dois tipos de análises. Na primeira, o gráfico aponta quais foram os assuntos mais tratados por elas no período desta pesquisa, com o intuito de aferir quais foram as principais temáticas relacionadas às lutas das mulheres que estiveram presentes no debate político da esfera pública das plataformas digitais. O gráfico, portanto, expressa quantas vezes aquele determinado tema foi mencionado pelas mulheres que integram o corpus, nos 4 anos da pesquisa.

Já no segundo caso, o foco é o número de mulheres que se referiram a cada uma das 20 categorias dos feminismos. O objetivo, neste caso, é avaliar o quanto estas categorias estão naturalizadas nos discursos políticos de diferentes lideranças femininas, independentemente de quantas vezes são citadas. Os resultados, que a princípio podem parecer discrepantes, são fundamentais para que, de forma complementar, seja possível fazer uma análise mais precisa de como os feminismos entrecortam a construção dos perfis pesquisados.

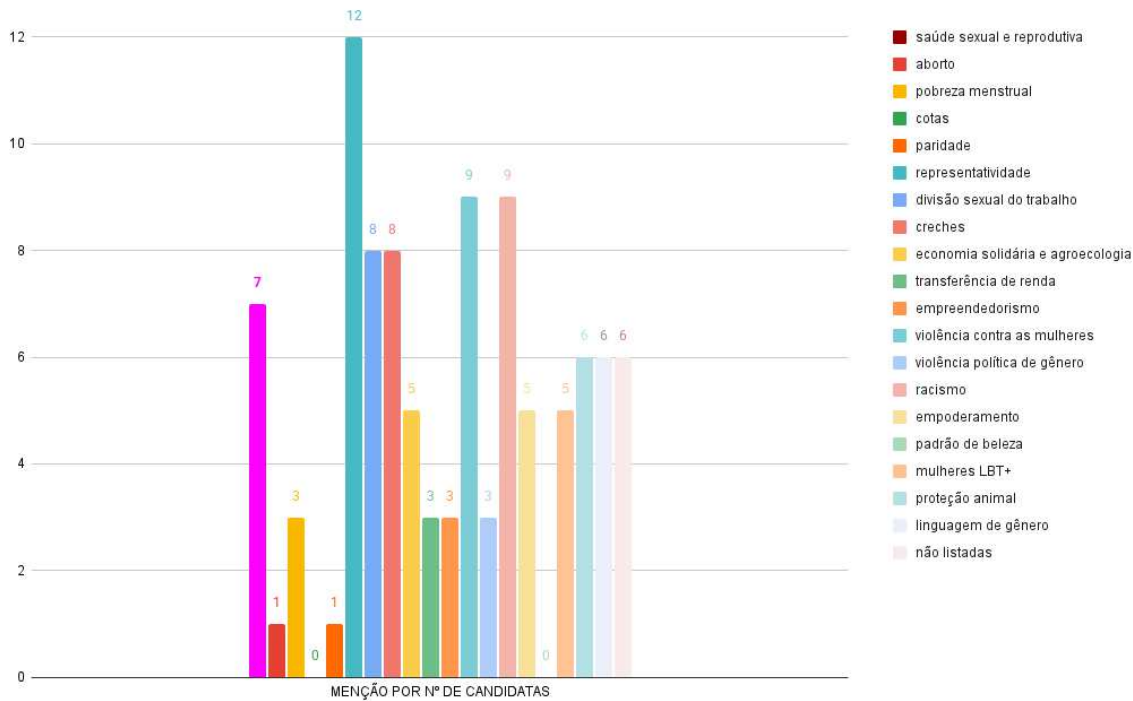
Acrescentamos também à série um quadro com os dados brutos que dão sustentação aos dois gráficos anteriores. Nela é possível consultar tanto quantas vezes um assunto foi citado como quantas mulheres abordaram cada tema.

GRÁFICO 27 - CATEGORIAS MAIS CITADAS NO PERÍODO DE ANÁLISE



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

GRÁFICO 28 - CATEGORIAS CITADAS POR NÚMERO DE ELEITAS



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Das 20 categorias escolhidas para subsidiar a análise de conteúdo proposta para esta pesquisa, a mais mencionada foi a proteção animal, com 352 citações. Vinculada ao eixo temático “outros”, a categoria se destacou, inclusive, de forma discrepante das demais, o que comprometeu a legitimidade qualitativa do resultado. Apenas uma única candidata, a vereadora de Juiz de Fora, Kátia Protetora (PSC), foi responsável por 334 destas citações, ou seja, 94,6% delas. Dentre as 14 mulheres pesquisadas, a metade, ou seja, 7, se referiram à categoria proteção animal nos 4 anos de duração da pesquisa, como demonstra o comparativo entre os gráficos 33 e 34.

De qualquer forma, foi perceptível, naquele momento, que o tema caminhou para se firmar como obrigatório na construção dos processos sociais vindouros, o que foi perfeitamente possível de ser comprovado nas eleições municipais seguintes. A pauta animal se tornou quase que uma obrigação para as candidatas. Mesmo as que nunca se aproximaram de um animal na vida, se deixaram fotografar ao lado dos *pets*. A máxima de que todo político deve se deixar fotografar com uma criança no colo foi visivelmente substituída pela necessidade de aproximação com cachorros e gatos.

É importante frisar que a forma com que a proteção animal irrompeu na pauta municipal brasileira não representa exatamente o que o feminismo propõe, conforme já exposto aqui nesta pesquisa. No caso em análise, as respostas dadas pelas eleitas às reivindicações do eleitorado são mais personalistas, centradas nos *pets* que convivem com os eleitores, seja nas suas casas ou mesmo nas ruas e parques que frequentam. Não há reivindicações mais generalistas que envolvam espécies diversas e enfrentem interesses de grandes corporações, como aquelas relacionadas à indústria da beleza, incipiente na região, ou mesmo aquelas ligadas à produção de carnes, muito comuns no território estudado. Nesta pesquisa, não foi detectada nenhuma reivindicação ou proposta de lei que visa resguardar, por exemplo, o não sofrimento de animais destinados ao abate, como gado de corte, porcos e aves, além daqueles tidos como animais de caça, como tatus, pacas e capivaras, servidos em restaurantes badalados da Estrada Real.

A proteção animal é, portanto, uma pauta ainda considerada neutra, já que agrada tanto a candidatas da direita quanto da esquerda, mas que caminha a passos largos para simbolizar o ideário neoliberal, dado que é majoritariamente apresentada sem suas aspirações mais radicais de mudança social.

Em segundo lugar no ranking de citações está a categoria racismo, vinculada ao eixo temático “violência”, com 77 menções, feitas por 9 mulheres de legendas que ocupam diferentes posições no espectro político. Um número mais factível de ter uma representação real, além de ter sido abordado por um maior número de mulheres. No entanto, o racismo, conforme já apontado nesta pesquisa, teve sua representatividade influenciada pelo fato de que na segunda quinzena do mês de novembro é comemorado o Dia da Consciência Negra, o que estimula o maior número de ações e discursos sobre o tema. Isso só ocorreu, porém, porque a pauta vem sendo amplamente discutida pela sociedade nas últimas décadas, por ser considerada uma das grandes mazelas brasileiras.

Em terceiro lugar no ranking, com 57 citações, aparece a representatividade feminina, que se destaca porque está condicionada ao discurso que visa mobilizar mais mulheres para a participação na política, tanto por mulheres do campo da direita quanto da esquerda. Vinculada ao eixo temático “política”, a categoria é a que sensibilizou o maior número de mulheres a utilizá-la no seu discurso midiático. Foram 12 diferentes eleitas: uma prefeita, uma vice-prefeita e 10 vereadoras dos mais diversos campos políticos, do menor ao maior município. Um tema presente no discurso político, portanto, de 85,7% das pesquisadas.

Tal como no caso da proteção animal, a forma despolitizada com que o tema da representatividade foi abordado tanto na campanha política quanto no cumprimento dos mandatos relaciona sua utilização muito mais a uma possível abordagem neoliberal do que a um apelo mais radical e de luta. O mote “lugar de mulher é onde ela quiser” esteve disseminado em campanhas - pontuais e permanentes, mas nenhuma delas abordou o fato destacado pelos feminismos mais radicais de que a importância das mulheres ocuparem mais postos em esferas de poder está diretamente relacionada à capacidade delas atuarem de forma diferenciada da dos homens, pensando mais em políticas públicas que promovam a igualdade e a preservação do meio ambiente. Em outras palavras, ao fato de que não basta eleger uma mulher: é preciso também garantir que ela represente os interesses coletivos das mulheres e de outros públicos priorizados por elas.

Categoria histórica dos feminismos, a violência contra a mulher ocupou o quarto lugar no ranking de citações. Foram 39, distribuídas nos discursos de 9 mulheres. Neste caso específico, a baixa representatividade tem relação com a geopolítica da Estrada Real: todas as mulheres que trataram do assunto vivem em municípios com população superior a 20 mil habitantes: Conceição do Mato Dentro, Ouro Preto e Juiz de Fora. Nos três pequenos municípios abrangidos por esta pesquisa, onde as relações tendem a ser mais pessoais, não houve sequer menção ao assunto, o que indica um perigoso e muitas vezes letal pacto de

silenciamento em torno do assunto, mesmo em um momento em que o Estado vive uma epidemia de feminicídios. Uma situação que, à luz das discussões já travadas nesta pesquisa acerca da esfera pública, mantém a violência doméstica como questão privada e, por isso, circunscrita à esfera do lar (Birolli, 2014, p.31). Isso não só fragiliza a ação do Estado como também molda a população a não se envolver no combate direto à violência doméstica, sob a justificativa traduzida no ditado popular “em briga de marido e mulher ninguém mete a colher”.

Em quinto lugar, com 30 citações, aparece uma categoria que ainda é tabu para muitos candidatos: a das mulheres LBT+. Outra vertente importante das chamadas pautas identitárias, é um tema que vem ganhando espaço só muito recentemente na discussão sobre a formulação de políticas públicas brasileiras. A categoria foi citada por apenas cinco mulheres: todas elas dos dois municípios mais populosos do corpus: Ouro Preto e Juiz de Fora. E quatro delas pertencentes a partidos de esquerda: três do PT e uma do PSOL. A outra mulher a tratar o assunto é a vice-prefeita de Ouro Preto que, apesar de pertencer a um partido de direita, assumiu ser lésbica em postagem no seu *Facebook* e manteve atitudes de representação do público LGBTQIA+.

Na sequência do *ranking*, está a categoria linguagem neutra, agrupada no eixo temático Outros, e que se destacou por ter sido usada nas plataformas digitais em postagens de estilos diversos. Foram 25 utilizações expressas, por 5 mulheres dos dois maiores municípios do corpus, em todos os casos com a opção pela linguagem binária: cidadãos e cidadã, todos e todas. Não houve registro do uso de linguagem não binária, como elo, todes e afins, que denota respeito a uma gama maior de identidades de gênero, o que atrai ainda mais preconceito da extrema-direita e suscita preocupações lícitas com uma possível contra-ofensiva online, permeada de ataques, ameaças, *fake news* e cancelamentos.

Em seguida vem a categoria saúde sexual e reprodutiva, do Eixo Temático saúde, que engloba campanhas contra o câncer de mama e dos órgãos reprodutivos, oferta pública de exames como mamografia, distribuição de anticoncepcionais, dentre outros. Foram 24 menções à categorias feitas por 7 mulheres. Com 22 menções está a categoria creches, vinculada ao Eixo Temático “Trabalho”, e citada por 7 mulheres. Uma categoria presente no discurso político de mulheres de todo o espectro partidário e de municípios de todo porte.

Nesta análise cabe destacar também categorias que não foram aparecerem nenhuma vez no discurso político das eleitas, embora tenham suscitado muitas discussões no período. Uma delas é a das cotas, sustentadas pela política afirmativa que reservou 30% das vagas legislativas para mulheres, uma conquista ainda insuficiente para as mulheres e, ainda assim,

constantemente ameaçada pelas lideranças conservadoras, políticas e religiosas. As cotas são também tema recorrente de disputa ideológica em debates sobre as formas de acesso às universidades e aos concursos públicos.

Outra das categorias que sumiram do debate político do período é a de padrão de beleza, que tanto vem mobilizando as atenções dos feminismos contemporâneos, especialmente em campanhas com foco na auto-estima para corpos fora dos padrões da branquitude europeia e dos ideais inatingíveis de magreza sustentados pela indústria cosmética e de cirurgias plásticas. Em terceiro lugar no ranking das categorias menos citadas está a mais polêmica delas: o aborto foi mencionado apenas duas vezes no discurso político das 15 mulheres, sempre pela mesma candidata, a vereadora de Juiz de Fora, Tallia Sobral (PSOL), justamente aquela que pertence ao partido mais a esquerda de todos que conseguiram eleger mulheres no território estudado.

No quadro abaixo, é possível verificar os números completos que deram origem aos dois gráficos que sustentam as análises presentes neste subcapítulo:

QUADRO 11 - CATEGORIAS DOS FEMINISMOS VERIFICADAS NAS CONSTRUÇÕES DOS PERFIS DAS MULHERES PESQUISADAS

Coluna 1	Cleidileny Cha	Dalaine do S.	Arlene d.	Inez Santó	Edilene C.	Ditinha	Rayane	Maria do S.	Ivete Ottoni	Beatriz Mai.	Dayse Picó	Regina Brag.	Lilian Franç.	Margarida Sa	Cida Olivei	Laiz Perrut	Tallia Sobr.	Kátia Fran.	CITAÇÕES	MENTÕES
saúde sexual e reprodutiva	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3	4	7	4	0	3	0	24	7
aborto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	1
pobreza menstrual	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3	0	6	3
cotas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
paridade	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	1
representatividade	0	1	0	2	0	0	4	0	5	5	0	4	2	11	4	10	6	1	55	12
divisão sexual do trabalho	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	3	0	4	7	2	1	1	21	8
creches	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	6	4	1	1	22	8
economia solidária e agroecologia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	5	6	2	0	0	17	5
transferência de renda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	1	1	0	0	10	3
empreendedorismo	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	0	4	0	0	0	0	10	3
violência contra as mulheres	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	3	2	6	7	4	11	2	39	9
violência política de gênero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	0	7	0	12	3
racismo	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	5	2	14	22	8	18	5	76	9
empoderamento	0	0	0	0	0	0	2	0	2	2	0	3	0	3	0	2	0	0	14	5
padrão de beleza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
mulheres LBT+	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	5	3	6	12	0	30	5
proteção animal	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3	4	7	0	0	1	334	352	6
linguagem de gênero	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	11	2	6	1	0	25	6
não listadas	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	2	0	2	0	8	6
TOTAL	5	3	0	3	0	0	11	0	12	18	0	39	14	95	69	45	68	344	726	100

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A partir deste panorama, fica evidente que os feminismos seguem em disputa na Estrada Real, com avanços e recuos estratégicos, corroborados pela conjuntura polarizada em que o feminismo cresce como movimento de massa, ao mesmo tempo em que fortalece o neoliberalismo (Fraser, 2019), fomentando essa nova forma de conservadorismo. Há pautas mais radicais que avançam, outras que são silenciadas, enquanto os consensos são construídos

entre aquelas menos polarizadas. Dessa forma, as categorias dos feminismos se constituem importante unidade de medida de como os processos sociais em curso caminham e em qual direção. De forma geral, as reivindicações mais radicais dos feminismos e chamadas pautas identitárias, empunhadas pelas representantes dos partidos mais progressistas, seguem no jogo. No entanto, seus sentidos são cada vez mais disputados, com perda evidente do caráter revolucionário que inicialmente sustentavam.

6.6 ARQUÉTIPOS PREDOMINANTES

A teoria política aponta que o arquétipo feminino mais bem quisto no processo eleitoral latino-americano é o maternal (PANKE, 2016), um papel social relevante para as mulheres ocuparem nos rincões mais conservadores, dado que, se comparado aos demais, ele está mais relacionado às funções destinadas ao feminino no sistema patriarcal. Nesta pesquisa, entretanto, o número de mulheres que recorreu ao arquétipo maternal ficou empatado com o que utilizou o arquétipo da guerreira - aquele que, de certa forma engloba todas as mulheres, já que não é pouca coisa se aventurar na política para quem foi forjada para se restringir apenas à esfera do lar. Foram 5 representantes de cada um dos 2 arquétipos.

Dentre as maternais, estão as vereadoras de Conceição do Mato Dentro, Ivete Otoni e Beatriz Madureira, ambas do MDB, a vereadora de Ouro Preto, Lílían França (PDT), a prefeita de Juiz de Fora, Margarida Salomão (PT) e a vereadora do mesmo município, Kátia Protetora (PSC). Nos casos de Ivete, Beatriz e Lílían, é latente que a aderência à maternidade e a um casamento convencional são fatores essenciais para compor o arquétipo. No caso de Margarida, porém, foi uma construção balizada por estratégias de marketing, dado que ela é solteira, não possui filhos e não era até então reconhecida socialmente por características maternais. Margarida concorreu antes em 5 eleições, vencendo e perdendo, mas sempre utilizando o arquétipo profissional. No caso da vereadora Kátia Protetora (PSC), apesar de ela ser esposa e mãe, o que foi determinante para sua definição como pertencente ao grupo do arquétipo maternal foi a consolidação da sua imagem de protetora dos animais. É como se ela fosse a mãe de todos eles e, por consequência, conquistasse a simpatia dos eleitores que também amam cachorros, gatos e outros animais de estimação. Nos 5 casos, estas mulheres pertencem aos 3 maiores municípios pesquisados, o que nos leva a supor que isso ocorra onde a construção dos perfis políticos nas redes sociais tende a ser mais profissional do que

profana, já que dispõem de mais recursos para serem gestadas, incluindo a contratação de profissionais da comunicação e do marketing.

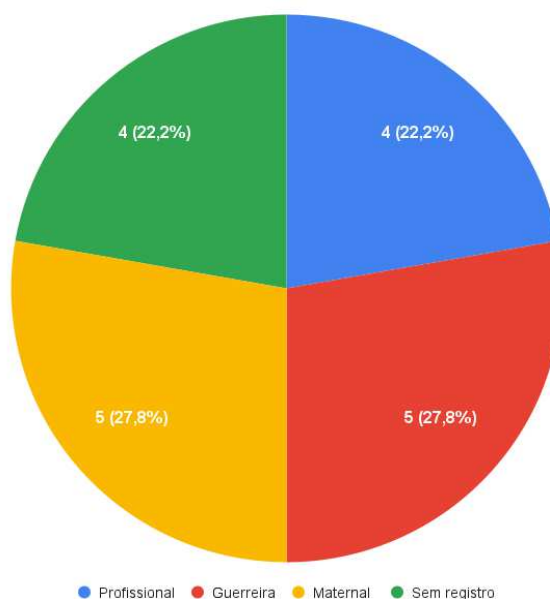
Dentre as guerreiras estão as 3 mulheres dos partidos de esquerda que concorreram especificamente para cargos legislativos: as vereadoras de Juiz de Fora, Cida Oliveira e Laiz Perrut, ambas do PT, e Tallia Sobral (PSOL). A utilização do arquétipo, portanto, respeita a trajetória de luta dessas três mulheres que defendem bandeiras como as feministas mais radicais. Está, também, a vereadora de Rio Acima, Rayane (PDT), que, além de estar vinculada a um partido que comumente se apresenta como de centro-esquerda, também se define como feminista, ou seja, defensora de pautas polêmicas. Caso parecido é o da vice-prefeita de Ouro Preto, Regina Braga (REPUBLICANOS) que, a exemplo de Tallia, enfrentou uma bandeira bastante polêmica, ao reconhecer publicamente que vive com uma companheira do mesmo sexo e, ainda, defender a formulação de políticas públicas para a população LGBTQIAPN+. Portanto, a pesquisa atesta que as mulheres com maior disponibilidade para defender bandeiras tidas como mais radicais encarnam este arquétipo. Além da escolha das pautas, elas têm em comum a forma de fazer política: não fogem das polêmicas, apresentam propostas viáveis para os problemas que criticam, utilizam palavras de ordem nos seus discursos e vestimentas com motes reivindicatórios, além do gestual diferenciado, com dedos em riste e punhos erguidos.

Das 8 mulheres restantes, 4 se vincularam ao arquétipo profissional. No caso desta pesquisa, elas se subdividem em dois casos específicos: o daquelas que, por serem muitas novas ou inexperientes na política, optaram por reforçar sua capacidade intelectual, destacando a formação acadêmica e as experiências profissionais, e, ao mesmo tempo, ressaltando o apadrinhamento político que receberam de lideranças masculinas já consolidadas nas suas respectivas comunidades. Incluem-se neste caso duas das mulheres eleitas em Itambé do Mato Dentro, o menor município do corpus: a prefeita Cleidileny Chaves e a vereadora Daiane do Zé Eloi, ambas filiadas ao PP. As duas reforçaram suas escolaridades altas e suas qualificações profissionais, principalmente em função da pouca idade, já que a primeira tinha apenas 30 anos à época da eleição e a segunda, 22. Ambas também contaram com o apoio declarado da principal liderança política da cidade naquele momento da campanha: a do ex-prefeito Zélisio.

As outras 2 mulheres que recorreram ao arquétipo profissional são vereadoras em Bom Jesus do Amparo, o segundo menor município do corpus: Inez Santos (PMDB) e Edilene Coelho (PL). Neste caso, no entanto, a pouca idade não prevaleceu: Inez tinha 64 anos em 2020 e Edilene tinha 38. Ambas possuem alta escolaridade e são reconhecidas como

profissionais atuantes em suas áreas. O que conecta Inez às duas primeiras mulheres profissionais é também o apadrinhamento político pelo deputado federal Newton Cardoso Júnior, do mesmo partido que ela. No caso de Edilene, se houve apadrinhamento por político local, isso não ficou evidente na construção da sua imagem virtual nas plataformas digitais.

GRÁFICO 35 - PERFIL POR ARQUÉTIPOS DAS MULHERES NA POLÍTICA



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Por fim, há as 4 mulheres sem presença digital, o que não nos permitiu avaliar a quais arquétipos representam, inclusive devido à falta de imagens delas na internet. Neste caso, importa também ressaltar que a opção de não utilizar a comunicação via plataformas digitais impacta o processo de construção específica de um perfil online capaz de se desvincular do perfil offline da eleita e, assim, configurar uma estratégia lícita de alcançar um outro tipo de eleitorado, incluindo aí os indecisos, alvos importantes da campanha permanente analisada por Lilleker (2006).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O interesse por esta pesquisa nasceu tão logo foram anunciados os primeiros resultados das eleições de 2020. Naquele momento, foi possível visualizar o surpreendente quadro de baixa representatividade política feminina nos municípios mineiros da Estrada Real. Em uma primeira análise, feita ainda sem critérios científicos, a partir somente de observações pontuais dos resultados oficiais do pleito, a situação parecia desoladora, com as mulheres ocupando pouquíssimos postos em cargos legislativos e, menos ainda, nos executivos.

Com a ajuda da ciência de dados, foi possível extrair das bases do TSE os números relativos àquela eleição e, a partir deles, aferir o percentual de mulheres eleitas nos 50 municípios mineiros do eixo principal: os mais antigos e expressivos do circuito que, atualmente, conta com 169 cidades do Estado. O resultado comprovou que a primeira impressão estava correta.

Estabelecido esse quadro, algumas perguntas começaram a se desenhar. Primeiro, por que tão poucas mulheres foram eleitas no circuito histórico mineiro? Qual o impacto do conservadorismo e do tradicionalismo neste contexto? Em seguida, os questionamentos tomaram um novo viés: a dúvida deixou de ser “por que tão poucas foram eleitas?” para se transformar em “como essas poucas foram eleitas em um ambiente tão desfavorável à representação política feminina”?

O interesse em explorar o tema do ponto de vista comunicacional surgiu a partir do entendimento de que, em uma eleição realizada em meio à pandemia da covid-19, quando o isolamento social ainda era regra, as plataformas digitais tiveram - ou pelo menos deveriam ter tido - papel decisivo nos resultados do pleito. Afinal, desde antes do início do processo eleitoral, os legisladores mudaram as regras para privilegiar a esfera pública conectada como palco principal de disputa do eleitorado. Até mesmo o tempo do HGPE foi reduzido, a partir do pressuposto de que a decisão do eleitorado se daria no ambiente *online*. Como a internet - ou, mais especificamente, as redes sociais - impactaram a construção dos perfis das mulheres eleitas? Como este ambiente tecnológico favoreceu - ou não - a participação dos grupos minorizados, dentre os quais se incluem o das mulheres? As perguntas se avolumavam.

A partir destes dois pressupostos, o objetivo da pesquisa se consolidou: verificar como as mulheres que concorreram aos cargos de prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras nos municípios que compõem o eixo principal do trecho mineiro da Estrada Real construíram suas

representações políticas na esfera pública conectada das plataformas digitais, de forma a convencerem seus eleitores a confiarem nelas para os cargos em disputa, mesmo em ambiente tão hostil à participação feminina na política. Em outras palavras, com quais atributos ou características elas se apresentam aos eleitores? Como se definem em relação à raça, gênero, classe, ocupação e religiosidade? Quais discursos e que estratégias utilizam para terem visibilidade no mundo virtual?

Os objetivos secundários definidos foram: verificar se as representações construídas durante as campanhas eleitorais permanecem as mesmas nos exercícios dos mandatos, dentro da lógica da campanha permanente, exacerbada pela profunda midiatização dos processos sociais; compreender como a relação dialética entre a ascensão do conservadorismo e a explosão dos feminismos como movimento de massa afeta essas representações construídas, a partir dos discursos e representações que mobilizam, e, por fim, questionar quais os arquétipos de mulheres candidatas suas imagens reforçam.

No momento em que a pesquisa ainda estava se consolidando, a hipótese principal era a de que essas mulheres aproveitariam a explosão do uso da internet no período pandêmico para acessarem o eleitorado de uma maneira mais consistente do que faziam pelos meios tradicionais, historicamente concentrado nas mãos dos homens brancos⁵³. Àquela altura, pareceu razoável supor que elas tivessem construído suas representações sociais com base no papel social feminino bem aceito inclusive pelo eleitorado mais conservador: o da mulher que, mesmo tendo uma profissão e trabalhando fora, assume o protagonismo do lar como “mãe de família”, professa uma religiosidade cristã (majoritariamente católica ou evangélica) e adota um discurso político moderado.

Dentre as hipóteses secundárias estava a de que os investimentos em comunicação política declinariam fora do período da campanha eleitoral, desconsiderando uma tecnologia apontada como muito importante na contemporaneidade midiatizada, que é a da campanha permanente. Outra hipótese levantada foi que, após a exploração de pautas identitárias na agenda política mundial, fruto da ascensão do feminismo como movimento de massa, o crescimento do neoconservadorismo afetaria negativamente o envolvimento das candidatas com as demandas mais radicais das lutas das mulheres, inviabilizando, inclusive, o debate público legítimo em torno de políticas públicas que as favorecessem. Em relação aos arquétipos das candidatas, a hipótese era que a maioria delas buscaria ser reconhecida pelos

⁵³ Midia Ownership Monitor – Brazil (2017). Disponível em <https://brazil.mom-gmr.org/br>. Acesso em 18 mar 2025.

eleitores como figuras maternas, já que esse é o arquétipo das mulheres candidatas que mais se aproxima do papel social entendido como o ideal pelos eleitores latino-americanos (Panke, 2016).

Nesse cenário, cabe assinalar dois aspectos importantes. O primeiro deles, razoavelmente conhecido, é a controvérsia, ou as controvérsias, que o advento das pautas identitárias, em geral, e das feministas, em particular, trouxeram consigo, notadamente nas décadas iniciais do século XXI. À esquerda do espectro, consolidou-se a compreensão do equívoco do essencialismo, isto é, do erro consistente em fazer associação automática entre a categoria de mulheres e o histórico de lutas feministas. Mulheres identificadas à direita do espectro ideológico, embora não somente elas, há muito já atacam feminismos diversos. Uma perspectiva mais liberal contribuiu com outra dose crítica: a hipótese de eleitoras poderem preferir candidatos homens para mais bem representá-las – tal como é possível a homens, não somente em tese, optarem por candidaturas declaradamente feministas e representadas por mulheres, confirmando, de outra banda, o já declinado equívoco essencialista.

O segundo aspecto de interesse, talvez menos visível desde as montanhas de Minas, é a própria gramática do poder hegemônico, seus múltiplos acoplamentos e, em especial, seu principal nascedouro. Se pautas feministas foram estimuladas, no Brasil, a partir do progressismo do norte global – elaboradas por mulheres brancas escolarizadas, não necessariamente atentas às intercessões de classe, raça, nacionalidade etc –, também foi de lá que veio, e continua vindo forte na atual quadra da história, a contraofensiva, liderada, fundamentalmente, por homens brancos endinheirados e seus prepostos. O *backlash* não pode, pois, ser naturalizado apenas como um filho legítimo da tradicional família mineira, pois é também fruto da altíssima conectividade com uma direita reacionária dos Estados Unidos, em primeiro lugar, e com a Europa, em segundo. Aquilo que denominamos neoconservadorismo é, precisamente, a reação à conquista de direitos de grupos minorizados: aqui, sim, mas também em outras paragens. Os avanços na direção de relações de gênero mais equânimes não têm garantia de continuidade. Nem a manutenção de conquistas já alcançadas não está dada.

E aqui retomamos os primeiros passos para delimitar a Estrada Real como espaço territorial físico e o *Facebook* como plataforma digital em que se daria a pesquisa. Na tentativa de construir um objeto capaz de nos permitir entender como as mulheres conseguiram conquistar os eleitores neste cantinho de mundo tão pouco afeito à participação feminina na política, o caminho foi longo. O território seria a Estrada Real, mas era preciso

criar regras para definir quantos e quais dos seus 169 municípios no trecho mineiro seriam os analisados.

O primeiro grande desafio foi encontrar um critério que nos permitisse definir o *corpus* com o devido rigor científico, ainda que soubéssemos, de antemão, que seria impossível não ser arbitrário em alguma medida. Assim chegamos à criação do IRF, que nos permitiu avaliar, a partir do cruzamento do número de mulheres eleitas pelo número de habitantes de cada município, quais seriam os mais promissores. A arbitrariedade admitida, neste caso, foi atribuir pesos diferentes para as mulheres eleitas para cargos distintos: as prefeitas obtiveram 2, vice-prefeitas 1,5 e vereadoras 1. Estipulados os IRFs, os municípios foram agrupados em seis faixas populacionais: de 0 a 5 mil habitantes, 5 mil a 10 mil, 10 mil a 20 mil, 20 mil a 50 mil, 50 mil a 100 mil e acima de 100 mil. Aqueles com os maiores IRFs em cada categoria passaram a integrar o *corpus*.

Em meio aos contratempos que marcaram o lançamento do Censo Populacional do IBGE em 2022, atrasado em dois anos por decisão do governo do então presidente Jair Bolsonaro, o *corpus* da pesquisa foi construído e reconstruído, fechando com os seis municípios do eixo principal da Estrada Real nos quais foram eleitas 18 mulheres: duas prefeitas, três vice-prefeitas e 13 vereadoras. A partir daí, extraímos as postagens feitas durante quatro anos na plataforma digital *Facebook* por 14 dessas mulheres, já que quatro não mantiveram presença digital. Isso resultou em um conjunto de 1.961 postagens submetidas a uma análise de conteúdo ancorada por 20 categorias dos feminismos, três tipologias de arquétipos femininos, além da tabulação de frequência e quantidade de publicações, assim como a utilização de estratégias de ações conectivas.

É importante ressaltar aqui que esta pesquisa partiu de uma premissa bastante aceita pelas teorias contemporâneas, especialmente a feminista e a dos estudos culturais, de que as identidades são construídas socialmente. Foi com este entendimento que iniciamos a busca por uma fundamentação teórica capaz de iluminar os caminhos necessários para descortinar o problema de pesquisa. Nesta fase, as leituras buscaram autores de destaques tanto na teoria feminista, como Donna Haraway, Judith Butler e Monique Wittig, quanto nos estudos culturais, como Stuart Hall e Douglas Kellner.

Essa bibliografia - ampliada pela contribuição de várias outras teóricas, como bell hooks, Lélia Gonzalez, Naomi Wolf, Silvia Federici, Sueli Carneiro - somada a um registro objetivo das discussões feministas do período, nos ajudou a enfrentar o desafio de listar as categorias dos feminismos capazes de influir no discurso político contemporâneo, tanto pela presença quanto pela ausência, respeitando as construções históricas das lutas das mulheres e

às demandas mais recentes, frutos da batalha política travada por elas todos os dias, nas esferas pública ou privada.

Uma dificuldade adicional foi fotografar essas categorias em meio a um conturbado processo político, em que a condução do país oscilou entre os dois pólos políticos que disputam também os sentidos dos feminismos, além de muitos outros aspectos da vida prática e simbólica brasileira. Esta tese começou a ser trilhada quando o país era presidido por Jair Bolsonaro, a liderança nacional que melhor representa a extrema direita, e termina quando a presidência volta às mãos de Luiz Inácio Lula da Silva, a maior liderança do Brasil pós-ditadura, pertencente ao campo da centro-esquerda. As mudanças não são sutis: englobam do espaço que as mulheres têm no governo ao tipo de políticas públicas que serão direcionadas a elas, passando pela compreensão do que é ser mulher, qual comportamento/perfil elas precisam ter para serem chanceladas em um mundo de homens e, principalmente, a forma com que a sociedade deve entender essas duas construções sociais.

A partir do entendimento de que a experiência de ser mulher é uma construção social e com o *corpus* de pesquisa definido, a expectativa era compreender as tendências gerais verificadas nos perfis das mulheres eleitas em toda a Estrada Real. Era esperado também que essas representações pudessem ajudar a entender o mundo em que elas estão inseridas, por meio dos processos sociais que renegam ou reforçam: se as mulheres pesquisadas compartilham o mesmo território e o mesmo tempo histórico, é natural que tenham algo em comum, a despeito das suas particularidades. Nesse sentido, o fato de a hipótese principal, relacionada à forma como essas mulheres se mostram ao mundo, só ter se confirmado parcialmente surpreendeu, enquanto as hipóteses relacionadas mais diretamente às questões de comunicação tenham se sustentado.

O primeiro impacto foi o fato de que a maioria das eleitas se encontra fora de um casamento convencional, não se reconhece como dona de casa e não professa fé religiosa cristã. São mulheres altamente escolarizadas, atuantes no mercado de trabalho e com patrimônio pessoal. Além disso, foi surpreendente reconhecer dentre o *corpus* duas mulheres eleitas que se assumiram abertamente como pessoas LGBTQIA+, além de uma terceira que, mesmo silenciando sua orientação sexual, aparentemente foi reconhecida pelo eleitorado como tal e, ainda assim, eleita para um cargo majoritário.

Outra questão inesperada foi constatar que, mesmo em uma sociedade extremamente etarista, que exige da mulher padrões de beleza e de desenvoltura relacionados à juventude (Woolf, 2018), a maioria das eleitas têm idade superior aos 50 anos. Uma prova de que, pelo

menos para o exercício da representação política, a experiência de vida é reconhecida como qualidade, em detrimento de imposições etaristas do sistema patriarcal.

Tais comportamentos, supostamente progressistas, se chocam a um outro que, tanto do ponto de vista de escolha do eleitorado quanto de autoconhecimento das mulheres candidatas, reforçam o racismo herdado do período da colonização: não há nenhuma mulher preta ou indígena dentre o grupo das vitoriosas, o que pode denotar preconceito duplo: o dos eleitores em não reconhecerem as mulheres negras (maioria no país, no estado e na região) e indígenas como dignas de representá-los nas instâncias políticas, ao mesmo tempo em que as próprias candidatas, mesmo quando apresentam traços característicos das pessoas negras ou indígenas, preferem se identificar como pardas ou como brancas. Traduzindo em números, foram 14 autodeclaradas brancas e 4 pardas.

Por outro lado, as mesmas mulheres que têm dificuldades de se reconhecer como pretas, pardas ou indígenas são as mesmas que incorporam a luta contra o racismo à construção das suas imagens, acreditando que, com isso, conquistarão o eleitorado que também têm problemas em se reconhecer como preto, pardo e indígena, bem como, principalmente, em eleger mulheres pretas, pardas e indígenas para representá-lo. Um construto imaginário só passível de ser compreendido em um país que ainda não acertou as contas com a brutalidade do seu período da dita “colonização”.

Assim, foi possível compreender, com base na bibliografia estudada, que as mulheres eleitas da Estrada Real mantêm identidades múltiplas, ou fluidas (Hall, 1999), ou performativas (Buttler, 2019), privilegiando ora os padrões de territorialidade, ora os padrões de afinidade por gênero, raça, classe e faixa etária, dentre outros. E isso as transforma em seres mais complexos e interessantes do que era possível, a princípio, supor. Evidência disto é que, ao mesmo tempo em que elas avançaram no perfil social e até flertam com algumas pautas identitaristas e radicais, a maioria das eleitas é extremamente conservadora no modo de fazer comunicação política, principalmente nos municípios menores.

Do ponto de vista comunicacional, o conservadorismo é latente em todos os aspectos: há uma fração de mulheres sem ou com baixa presença digital e uma maioria que não explora estratégias como a da campanha permanente ou o uso de ações conectivas. Cabe ressaltar, porém, que conservadorismo aqui, neste caso específico, precisa ser entendido no sentido estrito da palavra: o de significar a manutenção de práticas sociais já arraigadas. Até porque no caso do neoconservadorismo, aqui entendido como processo social, o zelo com a questão da comunicação é extremamente profissional. A experiência - não só brasileira, mas também internacional - demonstra que os neoconservadores têm dominado a narrativa

comunicacional, especialmente a expressa nas redes sociais. Seus fundamentos têm origem na “teologia da prosperidade”, com uma ênfase ampliada no mérito individual e no empreendedorismo. Além disso, pregam uma forte regulação da moralidade cristã, baseados no entendimento de que a presença mais intensa da mulher no mercado de trabalho remunerado, desde meados do século passado, desestabiliza o casamento tradicional e a boa educação dos filhos (Biroli; Machado; Vaggione, 2020).

É importante destacar que a etapa da pesquisa relacionada ao estudo mais específico da comunicação se fundamentou nas obras consagradas de autores seminais, como Bourdieu (2011; 2022), Habermas (2014), Fraser (2019; 2020; 2021), Jenkins (2013) e Braga (2012), mas também de outros que consolidaram suas contribuições ao campo mais recentemente, como Hjarvard (2012), Benkler (2006), Silveira (2008; 2019), Bennett e Segerberg (2012), Biroli (2014; 2018; 2020), Miguel (2014; 2016), Marland (2017), Lilleker (2006) e Panke (2016, 2020).

Há um outro aspecto importante desta pesquisa que merece ser destacado e que torna necessário recuperar alguns aspectos da discussão sobre os sentidos dos feminismos. Trata-se do fato de que são muitos os fatores que impactam os resultados das eleições: uso da máquina pública, acordos fisiológicos com lideranças políticas, compra de votos e disseminação de *fake news*, dentre outros. A adoção de discursos identificados com os feminismos radicais ou com o neoconservadorismo não está entre os principais deles, mas sua análise ajuda na leitura crítica de como a luta das mulheres é travada. No caso específico da campanha eleitoral e dos três primeiros anos de mandatos das candidatas eleitas em 2020 na Estrada Real, é preciso ressaltar que a hipótese de que os valores conservadores e tradicionalistas dariam a tônica dos discursos só se comprovou parcialmente. Apesar do viés conservador dominar a pauta, ainda houve espaço para as demandas identitárias e até para algumas entendidas como mais radicais.

De maneira geral, os temas utilizados pelas mulheres no período analisado demonstram a permanência no debate atual de pautas históricas dos feminismos, como a luta por representatividade e pelo fim da violência contra as mulheres, ambas centrais na luta pela mudança radical da sociedade, mas também incorporadas ao “espírito do capitalismo”, por meio de políticas neoliberais reformistas. Do mesmo modo, temas silenciados na agenda eleitoral, como a defesa do aborto e a das críticas à imposição de padrões de beleza inatingíveis, mostram que as mulheres não querem enfrentar pautas que ferem frontalmente os dogmas da religiosidade cristã e do patriarcado.

Dentre as novas bandeiras dos feminismos já cooptadas pelo neoliberalismo, merecem destaque o empreendedorismo e o empoderamento. E dentre as pautas ainda neutras,

mas com forte tendência a aderirem a este espírito contemporâneo, está a da proteção animal e a da luta contra a violência política de gênero. Dentre as pautas com maior potencial transformador, destacam-se o antirracismo e a defesa da população LGBTQIA+, além daquelas que exaltam a política dos cuidados, como transferência de renda, e a economia feminista, a partir de ações referentes à economia solidária e agroecologia. Neste último caso, pautas que não obtiveram muito destaque, mas que com certeza são um sopro de novos ventos no discurso feminista.

A pesquisa demonstra, portanto, que, a despeito do conservadorismo crescente, mesmo nos municípios cravados em um dos redutos mais conservadores do país no que tange à participação da mulher na política, os sentidos dos feminismos seguem em disputa. E que o domínio das tecnologias de comunicação eleitoral pode ser um fator decisivo para que as mulheres, enquanto grupo minorizado, venham a ocupar mais espaços de poder político.

Para além das conclusões passíveis de apontar com os resultados das análises, cabe também avaliar quais temas merecem um maior aprofundamento. Esta pesquisa apresenta contribuições importantes acerca da comunicação política feminina na Estrada Real para mulheres que exercem e almejam exercer cargos eletivos na região, assim como para seus assessores e lideranças dos partidos a que são filiadas. E também para estudiosos do tema das diferentes instâncias. De qualquer forma - e como era de se esperar -, não esgota a demanda de produção de conhecimento sobre o assunto, principalmente se considerada a carência de pesquisas desta natureza no território abordado.

Uma questão levantada por esta pesquisa que merece um olhar mais acurado é a relação entre a utilização das estratégias de campanha permanente e a reeleição daquelas que exploram essa tecnologia de forma coerente com as exigências de uma sociedade altamente mediatizada. Um grande desafio de pesquisa que pressupõe o desenvolvimento de metodologia bastante inovadora e criativa, dentre vários outros. Este tópico amplia um debate acerca de uma perspectiva comunicacional levantada por Braga (2012), mas não desenvolvida plenamente por esta pesquisa: a da recepção. Apesar de considerarmos, em toda a análise, a mediatização como a forma mais visceral de mediação, não enfrentamos o desafio de mapear como os eleitores das mulheres eleitas na Estrada Real receberam as imagens e discursos que elas construíram nas plataformas digitais ao longo dos quatro anos de pesquisa. A análise mirou majoritariamente o entendimento das próprias mulheres candidatas sobre os caminhos utilizados para se conectarem ao eleitorado.

Um outro aspecto que merece maiores investigações é o que remete às razões pelas quais as mulheres políticas dos pequenos municípios investem tão pouco em comunicação

digital, a ponto de se manterem desconectadas das plataformas digitais na era da sociedade em rede (Castels, 1999). Apesar das suposições já aqui apontadas, esta tese não enfrenta o desafio de apresentar caminhos mais concretos para contribuir com essa investigação.

Fora do campo específico da comunicação, é interessante investigar também o porquê de uma mudança tão efetiva no comportamento dessas mulheres em relação à fé religiosa cristã, historicamente exigida das mulheres da região, especialmente da mulher branca, a quem a sociedade patriarcal atribuiu, desde a colonização, o papel de mãe e dona de casa, com a interdição de sua sexualidade (Del Priori, 2020). Cabe especial atenção à investigação do porquê de nenhuma delas se assumir como evangélica, o segundo maior grupo religioso do país que, tal como o católico, avança na política empunhando as pautas do neoconservadorismo (Biroli; Machado; Vaggione, 2020).

Um desafio adicional e surpreendentemente exaustivo na vida acadêmica contemporânea, enfrentado também na trajetória desta pesquisa, é acessar o conhecimento científico produzido com vigor por mulheres de todo o mundo: das escolas mais tradicionais às decoloniais e do sul global. As mulheres vêm conquistando cada vez mais espaços na academia brasileira, mas ainda são os homens (especialmente os brancos e heterossexuais) que majoritariamente assinam as bibliografias que nos ensinam a avaliar e a compreender o mundo. Que as que vieram antes tenham seu papel de destaque nos cânones científicos dos tempos atuais. Que as que vierem depois possam se beneficiar da tal multiplicidade de olhares que, certamente, ajudará a enxergar um mundo mais diverso e menos desigual.

Para fora dos muros da academia, a expectativa é que esta pesquisa tenha efeitos diretos sobre a luta de mulheres reais e comprometidas com a busca de mais espaços na política. Que, a partir da estratificação das tendências do que funciona e do que não funciona nas campanhas eleitorais femininas contemporâneas, elas possam se fortalecer e criar estratégias mais sólidas de construção de perfis para acesso ao eleitorado em tempos de midiaticização acentuada, com destaque para a nova esfera pública conectada. Que as tecnologias como a campanha permanente e a das ações conectivas sejam, de fato, incorporadas aos programas eleitorais e de comunicação governamentais, de modo permanente.

Por fim, que estas primeiras conclusões possam servir de munição para que os movimentos feministas avaliem quais são, de fato, as pautas que desejam priorizar e, a partir daí, possam consolidar as estratégias necessárias para avançar na luta por um mundo menos desigual.

REFERÊNCIAS

- ALBRIGHT, K. M. **The extensions of legal rights to animals under a caring ethic**: an ecofeminist exploration of Steven Wise's Rattling the Cage. *Natural Resources Journal*, Albuquerque, v. 42, n. 4, p. 915-937, 2002.
- Alves, M. A. S., & Alkmin, G. C. (2021). A política identitária em questão: reflexões a partir de Judith Butler e Achille Mbembe. *Direito Público*, 18(97).
<https://doi.org/10.11117/rdp.v18i97.5049>
- ARAÚJO, E. A arte da sedução: sexualidade feminina na Colônia. In: DEL PRIORE, M.D. **História das Mulheres do Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.
- ARUZZA, C.; BHATTACHARYA, T.; FRASER, N. **Feminismo para os 99% – um manifesto**. São Paulo: Boitempo, 2019.
- ATLAS DA NOTÍCIA -**O mapa do jornalismo local no Brasil**. 2022. Disponível em: https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vR-f5lMNo-MDPTZtQGLEmienJCFfkAxmqpRuL6lpg5o_g6vE9WnMuEu94wn0DeDspft7BGQNPxlvToC/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&ref=atlas.jor.br&slide=id.p17. Acesso em: abr. 2023.
- AZMINA. **Um vírus, duas guerras**, 2020. Disponível em: <https://azmina.com.br/projetos/um-virus-duas-guerras/>. Acesso em: 02 jul. 2022
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BARRAGÁN, A.M.A. et al. Pensar a partir do feminismo: críticas e alternativas ao desenvolvimento. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.
- BATISTA, B.G.; TRIGUEIRO, W.; CURI, A.; FURTADO, M. A. Mineração em Itabirito: O Caminho de Sabarabuçu e a Relação Empresa/Comunidade Itabiritense no Atual Projeto Itabiritos. In: **A Estrada Real e a transferência da corte portuguesa**: Programa Rumys – Projeto Estrada Real. Rio de Janeiro: CETEM / MCT / CNPq / CYTED, 2009.
- BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BENKLER, Y. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006.
- BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. *The Logic of Connective Action*. **Information, Communication & Society**, 15:5, p.739-768, 2012. In file:///C:/Users/User/Downloads/The%20logic%20of%20connective%20action.pdf . Acesso 15 ago 2023.
- BINZER, I. **Os meus romanos**: alegrias e tristezas de uma educadora alemã no Brasil. São Paulo: Paz e Terra, 2020.
- BIROLI, F. **Gênero e desigualdades**: limites da democracia no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.
- BIROLI, F. Gênero, “valores familiares” e democracia. In: BIROLI, F.; MACHADO, M.D.C.; VAGGIONE, J.M, **Gênero, neoconservadorismo e democracia**: disputas e retrocessos na América Latina. São Paulo: Boitempo, 2020.

BIROLI, F.; MACHADO, M.D.C.; VAGGIONE, J.M.. **Gênero, neoconservadorismo e democracia**: disputas e retrocessos na América Latina. São Paulo: Boitempo, 2020.

BIROLI, F. e MIGUEL, L.F. **Feminismo e política**: uma introdução. São Paulo: Boitempo, 2014.

BLUMENTHAL, S. **The permanent campaign**: inside the world of elite political operatives. Boston: Beacon, 1980.

BOURDIEU, P. O campo político. In: **Dossiê "Dominação e Contra-poder"** • Rev. Bras. Ciênc. Polít. (5) • Jul 2011 <https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000100008>

_____. **O poder simbólico**. Lisboa: História e sociedade, 2022.

BRAGA, J.L. Circuitos versus campos sociais. JUNIOR, J. J.; MATTOS, M. A.; JACKS, N. (orgs). In: **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei Nº 4968**, de 11 de setembro de 2019. Institui o Programa de Fornecimento de Absorventes Higiênicos nas escolas públicas que ofertam anos finais de ensino fundamental e ensino médio, 2021. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2219676>. Acesso em: 30 abri. 2023.

BRASIL. Governo Federal. Ministério da Economia. **Estratégia Federal de Desenvolvimento para o Brasil 2020-2031**. Brasília, 26 out 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/gestao/estrategia-federal-de-desenvolvimento>. Acesso em: 01 mai. 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei das Eleições Nº 9.504 de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições, 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 30 abr 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei Nº 14.192 de 04 de agosto de 2021**. Estabelece normas para prevenir, reprimir e combater a violência política contra a mulher, 2021. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14192.htm. Acesso em: 10 mai. 2023.

BRASIL. Senado Federal. **Mapa da Violência 2012**. Atualização: Homicídio de Mulheres No Brasil. 2012. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/omv/entenda-a-violencia/pdfs/mapa-da-violencia-2012-atualizacao>. Acesso em: 06 set. 2022.

BUTLER, J. Atos performáticos e a formação dos gêneros: um ensaio sobre fenomenologia e teoria feminista. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pensamento feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

_____. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Trad. Renato Aguiar. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

CALAES, G.D.; FERREIRA, G.E. **A Estrada Real e a transferência da corte portuguesa**: Programa Rumys – Projeto Estrada Real. Rio de Janeiro: CETEM / MCT / CNPq / CYTED, 2009.

CALAES, G.D.; OLIVEIRA, L.C. A Estrada Real e a transferência da corte portuguesa. In: CALAES, G.D.; FERREIRA, G.E. **A Estrada Real e a transferência da corte portuguesa**:

Programa Rumys – Projeto Estrada Real. Rio de Janeiro: CETEM / MCT / CNPq / CYTED, 2009.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. **Comunicación Móvil Y Sociedad: Una Perspectiva Global**. 1. ed. Madrid: Ariel, 2007.

CHAVES, C. **É gente da gente para fazer muito mais. Eu voto é 11**. Itambé do Mato Dentro, 09 out 2020. Facebook: cleidileny.chaves. Disponível em: <https://www.facebook.com/cleidileny.chaves>. Acesso em: 12 fev. 2023.

CHAVES, D. **15 de novembro VOTE: DAIANE do Zé Eloi 11789 Cleidileny Niltinho 11**. Itambé do Mato Dentro, 04 nov 2020. Facebook: daiane.ferreira.3990418. Disponível em: <https://www.facebook.com/daiane.ferreira.3990418>. Acesso em: 12 fev. 2023.

COLLINS, P. H.; BILGE, S. **Interseccionalidade**. São Paulo: Boitempo, 2021. Ebook Kindle.

Papo Reto PJA. Cleidileny Chaves é a primeira mulher a assumir a prefeitura de Itambé do Mato Dentro. **Papo Reto PJA**. 5. jan. 2021. Disponível em: <https://paporetopja.com.br/cleidileny-chaves-e-a-primeira-mulher-a-assumir-a-prefeitura-de-itambe-do-mato-dentro/>. Acesso em: 12 jan. 2023.

COSTA, M. G. Agroecologia, (eco) feminismos e “bem viver””: emergências decoloniais no movimento ambientalista brasileiro. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

CRUZ, S.V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. **Direita, volver!** – O retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.

DEBORT, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997.

DEL PRIORE, M. **História das Mulheres do Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

DEL PRIORE, M. **Sobreviventes e guerreiras**: Uma breve história da mulher no Brasil de 1500 a 2000. São Paulo: Planeta, 2020.

DIAS, E.F; CAVALCANTI, M; FIALHO, J. Capital digital: uma revisão integrativa na perspectiva da divisão digital. Conference: **IV Simpósio Internacional Network Science (SINS)**: Redes Sociais face aos desafios num mundo global. Lisboa, Portugal, nov, 2022.

DONOVAN, J. Feminism and the treatment of animals: from care to dialogue. **Signs: Journal of Women in Culture and Society**. Chicago, v. 31, n. 2, p. 305-329, 2006.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2020.

ELIAS, N. **Escritos & ensaios 1**: Estado, processo, opinião pública. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

FAUSTO NETO, A. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (Org.) **Mediatización, Sociedad y Sentido**: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario, Argentina: Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 2-15. Disponível em: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wpcontent/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>.

FEDERICI, S. **O ponto zero da revolução**: trabalho doméstico, reprodução e luta feminista. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

FERNANDES, C. M., OLIVEIRA, L. A. de, LEAL, P. R. F. e MARTINS, T. F. (2016): Campanha permanente de Dilma Rousseff: uma análise da comunicação governamental e das estratégias eleitorais. **Mediaciones Sociales**. Madrid, nº 15, p. 81 - 100. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5209/MESO.54544>. Acesso em: 4 jul. 2022.

FERREIRA, G.L.S. **O direito à comunicação e as mulheres na política**: ações de redistribuição e reconhecimento para o incentivo à eleição de mulheres no Brasil. 2021. 388 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

FIGUEIREDO, L. Mulheres nas Minas Gerais. In: DEL PRIORE, M. D. **História das Mulheres do Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

FINCO, D.; GOBBI, M.A.; FARIA, A.L.G. **Creche e feminismo** - Desafios atuais para uma educação descolonizadora. Campinas, SP: Edições Leitura Crítica; Associação de Leitura do Brasil – ALB; São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 2015.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública**, 2022. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/anuario-brasileiro-seguranca-publica/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

FRANCO, K. **Olá *amigos* e *parceiros* de longa data**. Juiz de Fora, 2020. Facebook: katiefrancoprotetora. Disponível em: <https://www.facebook.com/katiefrancoprotetora/photos/a.1614874388614143/2850240611744175/> Acesso em: 13 mai. 2023.

FRASER, N. Feminismo, capitalismo e a astúcia da história. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pensamento feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro, Bazar do Tempo, 2019.

FRASER, N. **O velho está morrendo e o novo não pode nascer**. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

FRASER, N. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. Social Text. In: **JSTOR**. New York, n. 25/26, Duke University Press, 1990, p. 56–80. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/466240>. Acesso em: 11 out. 2021.

G1. BRASIL é apenas 130º em ranking que analisa igualdade salarial entre homens e mulheres com trabalho semelhante. 17 dez.2019. **G1**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/12/17/brasil-e-apenas-130o-em-ranking-que-analisa-igualdade-salarial-entre-homens-e-mulheres-com-trabalho-semelhante.ghml>. Acesso em: 2 abr. 2023.

G1. Linguagem neutra: barrada pelo STF, lei que proíbe o uso existe em 3 estados e 2 capitais. 13 fev. 2023. **G1**. Disponível em <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2023/02/13/linguagem-neutra-barrada-pelo-stf-lei-que-proibe-o-uso-de-linguagem-neutra-existe-em-3-estados-e-2-capitais.ghml>. Acesso em: 12 abri. 2023.

GAARD, G. **Rumo ao ecofeminismo queer**. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 19, n. 01, p. 197-223, 2011.

GALLEGO, E. S. (org.). **O ódio como política**: a reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.

GILLIGAN, C. **In a different voice**. Cambridge: Harvard University Press, 1982.

GILLIGAN, C. Le care, éthique féminine ou éthique féministe?. **Multitudes**. Paris, v. 37/38, n. 2/3, p.76-78, 2009.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 20 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

GOMES, W. A esquerda identitária e a satanização da maioria. **Revista Cult**, São Paulo, 9 nov. 2018. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/>

esquerdaidentitariaesatanizacaodamaioria/>. Acesso em: 15 mai. 2024.

_____. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GONZALEZ, L. **Por um feminismo latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos**. Rio de Janeiro, Zahar, 2020.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. São Paulo: DP & A, 1999.

HALL, S. Quem precisa da identidade. In: SILVA, T. T. da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

HARAWAY, D. Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo socialista no final do século XX. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro, Bazar do Tempo, 2019.

HECLO, H. (2000). Campaign in gand governing: a conspectus. In: ORNSTEIN. N. J.; MANN, T. E. (Eds.). **The Permanent Campaign and Its Future**. Washington D.C.: American Enterprise Institute and the Brookings Institution.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, vol. 5, núm. 2, enero-junio, 2012, p. 53-91 Universidade de São Paulo São Paulo, Brasil.

HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro, Bazar do Tempo, 2019.

HOLLANDA, H. B. **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro, Bazar do Tempo, 2020.

hooks, b. **O feminismo é para todo mundo**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

IBGE. **Estatísticas de gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2021. Acesso em abr. 2023. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101784_informativo.pdf. Acesso em: 12 abr. de 2023.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência** [livro eletrônico]. São Paulo: Aleph, 2013, 3Mb, ePUB.

JUIZ DE FORA. **Lei nº 14.348 de 06 de janeiro de 2022**. Institui o Programa Municipal de Erradicação da Pobreza Menstrual no Município de Juiz de Fora. Juiz de Fora: Câmara Municipal, [2022]. Disponível em:

<https://leismunicipais.com.br/a/mg/j/juiz-de-fora/lei-ordinaria/2022/1435/14348/lei-ordinaria-n-14348-2022-institui-o-programa-municipal-de-erradicacao-da-pobreza-menstrual-no-municipio-de-juiz-de-fora>. Acesso em: 17 mai. 2023.

JUIZ DE FORA. **Projeto de Lei 000095/2021**. Institui o Programa Municipal de Erradicação da Pobreza Menstrual no Município de Juiz de Fora: Câmara Municipal, [2021]. Disponível em <https://www.camarajf.mg.gov.br/sal/mostrapfs.php?n=96641>. Acesso em: 17 mai. 2023.

KELLNER, D. **A cultura da mídia – estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSP, 2001.

LARRALDE, S.; UGALDE, Y. **Glossário de Género**. México: INMUJERES- Instituto Nacional de las Mujeres, 2007.

LATOUR, B. **Jamais fomos modernos**: ensaios de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

LEAL, P.R.F.; PASSOS, N.M.N. A Outra Dilma Do PT: estratégias de comunicação eleitoral na disputa pela vereança no interior mineiro e a representação da mulher nas eleições 2020. In: **Anais do IX Congresso Compolítica** – Belo Horizonte, 24 a 28 de maio, 2021. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/15fuLUOy5n2gF8FCn0qk46AwQMa5p3kwW/view>. Acesso em: 11 ago 2021.

LEAL, P.R.F.; PASSOS, N.M.N. Profissional na live, maternal no vídeo: os gêneros audiovisuais na construção da imagem de Margarida Salomão na eleição de Juiz de Fora. In: PANKE, L. et al (org). **Eleições 2020: as mulheres nas disputas municipais**. Campina Grande (PB): EDUEPB, 2021, 460p.

LEAL, P.R.F.; ROSSINI, P.G.C. Efeito da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, v.3, n.1, p.7-27, jan./jun. 2013. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/36/36>. Acesso em: 4 jul. 2022.

LEMOS, A. **A comunicação das coisas**: Teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013

LERNER, G. **A criação do patriarcado**: história da opressão das mulheres pelos homens. São Paulo: Editora Cultrix, 2019.

LILLEKER, D.G. **Interviewing the political elite**: Navigating a potential minefield. London: SAGE Publications Ltd, 2006.

LIPPMAN, W. **A opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2017.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2019.

MANOELA D'Ávila diz que aborto evita 'criar filho de vagabundo'. **OBSERVATÓRIO FAKE NEWS ECI UFMG**. 11 de maio de 2018.

Disponível em: <https://observatoriofakenews.eci.ufmg.br/2018/05/11/manuela-davila-diz-que-aborto-evita-criar-filho-de-vagabundo/>. Acesso em: 12 abri. 2023.

MARENDINO, Laiz Perrut. **Manifeste seu apoio à nossa campanha!!! 13180**. Juiz de fora, 2020. Facebook: laizperrutmarendino. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=10164207612995646&set=a.10150305291760646>. Acesso em: 23 mar. 2023.

MARLAND, A. et al. **Permanent campaigning in Canada**: communication, strategy, and politics. Vancouver: UBC, 2017.

MARQUES, T.C.N. **O voto feminino no Brasil**. Câmara dos Deputados: Edições Câmara, 2019.

MARTINO, L.M.S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MATA, J. Morte e vida em telas: análise das estratégias sensíveis entre profissionais e público nas dez maiores lives musicais do planeta num cenário de pandemia. **MusiMid** 2, nº.1, 2021, 77-94. Disponível em:

<http://musimid.mus.br/revistamusimid/index.php/musimid/article/view/82/60>. Acesso em: 13 set. 2021.

MENDES, V.A.; MACEDO, R.M. Indígenas mulheres e patriarcado muito antes de Cabral? Traçando uma genealogia. **Fronteiras: Revista de História**, Dourados, v.25, n.45, p.026-054. 2023, e-ISSN: 2175-0742. Disponível em:

<https://ojs.ufgd.edu.br/FRONTEIRAS/article/view/16938/10610>. Acesso em: 26 jul 2024.

MIGUEL, L. F. A democracia na encruzilhada. In: SINGER, A. et all (Org.). **Por que gritamos golpe? Para entender o impeachment e a crise política no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2016.

MIGUEL, L. F. A identidade e a diferença. In: BIROLI, F. e MIGUEL, L. F. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

MIGUEL, L. F. Gênero e representação política. In: BIROLI, F. e MIGUEL, L. F. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet. **BRASIL**. 2021. Disponível em <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>. Acesso em: 12 abri. 2023.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Eleições 2022**: o que é violência política de gênero e como denunciar. 8 abr 2022. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/am/sala-de-imprensa/noticias-am/eleicoes-2022-o-que-e-violencia-politica-de-genero-e-como-denunciar>. Acesso em: 31 jul. 2022.

MONTUORI, C; BORGES, V.G.; FERNANDES, A. L. Pandemia do coronavírus, desinformação e narrativa anticiência na rede social Twitter. In: PANKE, L. AZEVEDO, A. **Eleições, propaganda e desinformação**. Campina Grande-PB, EDUEPE, 2022.

MORENO, D. Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais. **Agência Visia**. Disponível em: <https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 12 abr. 2023.

MOSER, C. La planificación de género en el tercer mundo: enfrentando las necesidades prácticas y estratégicas de género. En V. Guzmán et al. (Org.). **Una nueva lectura: género y desarrollo** (pp. 57-126). Lima: Centro Flora Tristán, 1991.

MULHERES representam apenas 12% dos prefeitos eleitos no 1º turno das eleições 2020. **Tribunal Superior Eleitoral**. 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/novembro/mulheres-representam-apenas-12-dos-prefeitos-eleitos-no-1o-turno-das-eleicoes-2020>. Acesso em: 23 abr. 2023.

NEUENDORF, K. **The content analysis guidebook**. Londres: Sage, 2002

OLIVEIRA, Cida. **Sentindo-se determinada em Juiz de Fora**. Juiz de Fora, 2020. Facebook: CidaOliveiraJF. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3616854625038580&set=a.393618120695596>. Acesso em: 12 fev. 2023.

OLIVEIRA, L.A & FERNANDES, A.B. Espaço público, política e ação comunicativa a partir da concepção habermasiana. **Revista de Estudos Filosóficos**. São João del Rey, n.6, 2011, p. 116-130. Disponível em <http://www.seer.ufsj.edu.br/index.php/estudosfilosoficos/article/view/2282/1593>. Acesso em: 4 jul. 2022.

OLIVEIRA, M. R. . **Juiz de Fora : Vivendo a História**. 1a.. ed. Juiz de Fora: Editora da Universidade Federal de Juiz de Fora, 1994. v. 1000. 97p .

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

OSORIO, Andréa. Ecofeminismo, teorias do *care* e as críticas a protetoras de animais de rua. **Revista Estudos Feministas**. 2018, vol.26, n.3. Florianópolis. Disponível em http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S0104-026x2018000357762&script=sci_abstract. Acesso em: 12 abri. 2023.

OYEWUMÍ, O. **A invenção das mulheres: Construindo um sentido africano para os discursos ocidentais de gênero**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2021.

PANKARARU, Elisa Urbano Ramos. **Mulheres lideranças indígenas em Pernambuco: espaço de poder onde acontece a equidade de gênero**. 2019, p. 100. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Universidade Federal de Pernambuco. Recife, PE, 2019.

PANKE, L. **Campanhas eleitorais para mulheres: desafios e tendências**. Curitiba: 1ed, UFPR, 2016.

_____. Candidatas guerreiras no Brasil: um estudo de caso das narrativas audiovisuais das mulheres mais votadas às prefeituras das capitais em 2020. In: **Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia**. N°. 16. 2021. P. 459-474.

PAPO RETO PJA. Daiane do Zé Eloi – vereadora itambeense mais nova da região se destaca por trabalhos realizados na busca pela igualdade social no município. **Papo Reto PJA**. 22 fev. 21. Disponível em <https://paporetopja.com.br/daiane-do-ze-eloi-vereadora-itambeense-mais-nova-da-regiao-se-d-estaca-por-trabalhos-realizados-na-busca-pela-igualdade-social-no-municipio/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

PAREDES, Julieta. *Hilando fino: desde el feminismo comunitario*. México: Cooperativa El Rebozo, 2013.

PARK, S. **Digital Capital**. London: Palgrave, 2017.

PARTIDO Social Cristão. **Wikipedia**. S/d. Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Partido_Social_Crist%C3%A3o#cite_note-Radar-12. Acesso em: 12 out. 2022.

PORTAL HOJE EM DIA. Candidata à Prefeitura de Juiz de Fora copia Dilma para conseguir votos. **Hoje em Dia**. 13 jul. 2012. Disponível em

<https://www.hojeemdia.com.br/acervo/2.704/candidata-%C3%A0-prefeitura-de-juiz-de-fora-copia-dilma-para-conseguir-votos-1.12435>. Acesso em: 12 set 2021.

QUINALHA, R. “Em nome de Deus e da família”: um golpe contra a diversidade. In: SINGER, André et all (Org.). **Por que gritamos golpe?** Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2016.

RAGNEDDA, M (2018). Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics* 35(8): 2366–237.

RAGNEDDA M; RUIU, M. L.; ADDEO, F. (2020). Measuring Digital Capital: An empirical investigation. *New Media & Society*. 2020;22(5):793-816.

RAMINELLI, R. Eva Tupinanbá. In: DEL PRIORE, M.D. **História das Mulheres do Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2. ed. – Coleção Ciberultura. Porto Alegre: Sulina, 2018.

REGAN, T. The case for animal rights. In STERBA, James P. **Earth ethics: Introductory readings on animal rights and environmental ethics**. New Jersey, Prentice Hall, 2000.

RIBEIRO, D. Avalanche de retrocessos: uma perspectiva feminista negra sobre o impeachment. In: SINGER, André et all (Org.). **Por que gritamos golpe?** Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2016.

RIBEIRO, D. **Lugar de Fala**. São Paulo: Jandaíra, 2019.

RIBEIRO, S. Feminismo: um caminho longo a frente. In: GALLEGO, E. S. (org.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018.

ROUSSEFF, D. Mensagem da Dilma. **Folha Uol**. 2010. Disponível em

http://media.folha.uol.com.br/poder/2010/10/15/carta_mensagem_dilma.pdf. Acesso em 12 jan. 2023.

ROUSSEFF, D. **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, durante Compromisso Constitucional perante o Congresso Nacional**. Brasília, 01 jan 2011. Disponível em:

<https://www.biblioteca.presidencia.gov.br/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-durante-compromisso-constitucional-perante-o-congresso-nacional>. Acesso em 13/01/2025.

RÜDGER, F. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SALLES, R. Lei de erradicação da pobreza menstrual deve ficar restrita a inscritas no CadÚnico. **Tribuna de Minas**. 17 março de 2022. Disponível em <https://tribunademinas.com.br/noticias/politica/17-03-2022/lei-de-erradicacao-da-pobreza-menstrual-deve-ficar-restrita-a-inscritas-no-cadunico.html>. Acesso em 12 de outubro de 2022.

SALOMÃO, M. **Segue a líder**. Juiz de Fora, 10 de novembro de 2020. Facebook: jfmargarida. Disponível em: <https://www.facebook.com/jfmargarida/photos/a.282774565163143/3480025902104644/>. Acesso em: 12 mai. 2023.

SAMPAIO, R. C. ; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. -- Brasília: Enap, 2021.

SARDERBENGER, C. M.B. **Conceituando empoderamento na perspectiva feminista**. Transcrição da comunicação oral apresentada ao I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres – Projeto TEMPO, promovido pelo NEIM/UFBA, em Salvador, Bahia, de 5-10 de junho de 2006. Disponível em <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20perspectiva%20Feminista.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2023.

SCHUMPETER, Joseph A. The Creative Response in Economic History. **The Journal of Economic History**. v. 7, n. 2, 1947, p. 149–59. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2113338>. Acesso em: 14 mai. 2023.

SEBRAE. O que é ser empreendedor. **Sebrae Nacional**. 23 jan. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 02 jan. 2023.

SILVA, T. T. da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, T. T. da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SILVEIRA, S.A. Convergência digital, diversidade cultural e Esfera Pública. In: SILVA, S.A. & PRETTO, N. (orgs.). **Além das redes de colaboração**. Salvador: UFBA, 2008.

_____. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019.

_____. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.

SINGER, P. **Libertação animal**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

SOBRAL, T. **Eu não ando só**. Juiz de Fora, 2020. Facebook: tallia.sobral. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=4526285960747064&set=a.437481109627590>. Acesso em: 12 jan. 2023.

SODRÉ, M. **Antropologia do Espelho**: Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2002.

SCHWARTZENBERG, R. **O Estado espetáculo**: Ensaio sobre e contra o star system em política. Círculo do Livro. São Paulo: 1977.

TELES, M.A.A; MELO, M. **O que é violência contra as mulheres**. São Paulo: Brasiliense, 2017.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TIBURI, M. **Feminismo em comum**: para todas, todes e todos. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.

TSE. Divulgação de candidaturas e contas eleitorais. 2020. TSE. Disponível em <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>. Acesso em: 05 mai. 2023.

UNICEF. **Pobreza Menstrual no Brasil**: desigualdade e violações de direitos, 2021. Disponível em:

<https://www.unicef.org/brazil/relatorios/pobreza-menstrual-no-brasil-desigualdade-e-violacoes-de-direitos>. Acesso em: 20/03/2021.

VALENTE, J. **Das plataformas online aos monopólios digitais**: tecnologia, informação e poder. São Paulo: Dialética, 2021.

WITTING, M. Não se nasce mulher. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). **Pensamento feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro, Bazar do Tempo, 2019.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma construção teórica conceitual. In: SILVA, T. T. da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

WU, T. **Impérios da comunicação**: do telefone à internet, da AT&T ao Google. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.