

Gênero, conservadorismo e sucesso eleitoral: análise dos arquétipos femininos em campanhas eleitorais

Rafael Rocha¹

ORCID: 0009-0006-7203-173X

Luciana Panke²

ORCID: 0000-0002-2223-898X

129

¹ Doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (PPGCP-UFPR). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC), turma 2018. Formado em Jornalismo pelo Centro Universitário Estácio do Ceará (2017.1). Foi bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq, entre agosto de 2015 e julho de 2016. Analista de dados em formação (Predictive Analytics). Foi bolsista de Iniciação Científica PIC/ESTÁCIO-FIC, entre agosto de 2016 e julho de 2017. Atualmente, é pesquisador do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública da Universidade Federal do Paraná (CPOP/UFPR) e do Grupo de Pesquisa ligado à linha de Comunicação e Política do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (CEL/UFPR). Foi membro do Laboratório de Estudos sobre Política, Eleições e Mídia (LEPEM) do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará (UFC). Tem interesse na área de Comunicação Política e Comunicação Eleitoral. Tem se dedicado a pesquisas sobre estratégias discursivas de figuras alinhadas à direita radical durante as eleições em contextos subnacionais. E-mail: rafaelrocha1@ufpr.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6044544450225089>

² Professora Titular do Departamento de Comunicação da UFPR. Realizou pós-doutorado na linha de Comunicação Política - Universidad Autónoma Metropolitana - sede Cuajimalpa (UAM-México), com pesquisa sobre propaganda eleitoral de mulheres na América Latina - bolsista Capes. A pesquisa resultou no livro “Campañas electorales para mujeres”, publicado hoje em três países. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, cuja tese gerou o livro “Lula, do sindicalismo à reeleição”, publicado em Brasil, Argentina e México). cursou mestrado em Letras na Universidade Federal do Paraná e graduação em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Premiada nacional e internacionalmente em várias ocasiões, destaca-se em 2016, a escolha como uma das 12 mulheres mais influentes da comunicação política pela The Washington Academy of Political Arts Sciences (EUA) e em 2020 como “Excelência no Ensino na Comunicação Política”, Diretoria da Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE). E-mail: lupanke@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3447103897680398>

Resumo: Nas eleições municipais de 2024, o Centrão, a direita e a centro-direita se destacaram ao dominar a maioria das prefeituras e câmaras de vereadores do Brasil. A participação feminina cresceu, mas ainda está longe da paridade. Porém há o crescimento de perfis de mulheres conservadoras eleitas. Entre eles, o artigo apresenta uma análise de Priscila Costa (PL), eleita vereadora mais votada de Fortaleza com 36.226 votos. A observação de suas postagens no *Instagram*, baseada nos arquétipos femininos de Panke (2016) e nos elementos da direita radical de Rocha (2020), revela uma comunicação alinhada à direita radical. Priscila se posiciona como uma Mulher Guerreira, defensora da “família tradicional” e de valores conservadores, usando símbolos nacionalistas e cristãos. A pesquisa contribui para o debate sobre gênero, conservadorismo e o sucesso eleitoral feminino.

130

Palavras-chave: Comunicação eleitoral; Campanha eleitoral; Mulheres na política; Comunicação digital; Eleições 2024.

Abstract: In the 2024 municipal elections, the Centrão, the right, and the center-right stood out by dominating most mayoralties and city councils. Female participation increased but is still far from parity. Priscila Costa (PL), elected as the most voted councilwoman in Fortaleza with 36,226 votes, is a notable example. The analysis of her Instagram posts, based on Panke's (2016) female archetypes and Rocha's (2020) elements of the radical right, reveals communication aligned with the radical right. Priscila positions herself as a Warrior Woman, defender of the "traditional family" and conservative values, using nationalist and Christian symbols. The research contributes to the debate on gender, conservatism, and women's electoral success.

131

Key-words: Electoral communication; Political campaign; Women in Politics; Digital Communication; 2024 Elections.

Resumen: En las elecciones municipales de 2024, el *Centrão*, la derecha y el centro-derecha se destacaron al dominar la mayoría de las alcaldías y cámaras de concejales en Brasil. La participación femenina creció, pero aún está lejos de alcanzar la paridad. Sin embargo, se observa un aumento en el número de mujeres conservadoras electas. Entre ellas, el artículo presenta un análisis de Priscila Costa (PL), electa como la concejala más votada de Fortaleza, con 36.226 votos. La observación de sus publicaciones en Instagram—basada en los arquetipos femeninos de Panke (2016) y en los elementos de la derecha radical según Rocha (2020)—revela una comunicación alineada con la derecha radical. Priscila se posiciona como una Mujer Guerrera, defensora de la “familia tradicional” y de los valores conservadores, utilizando símbolos nacionalistas y cristianos. La investigación contribuye al debate sobre género, conservadurismo y el éxito electoral femenino.

132

Palabras-Clave: Comunicación electoral; Campaña política; Mujeres en la política; Comunicación digital; Elecciones 2024.

Introdução

Entre os grandes vencedores das eleições municipais de 2024 estão o Centrão, a direita e a centro-direita, que, juntos, consolidaram seu fortalecimento no cenário político brasileiro ao assumirem o comando da maior parte das prefeituras do país³.

Em consonância com o padrão observado nas eleições para o executivo municipal, os dados nacionais das Câmaras do Vereadores mostram o mesmo cenário: MDB, PP, PSD, União Brasil, PL e Republicanos foram as legendas⁴ que mais elegeram parlamentares em todo o país, respectivamente. Em contrapartida, o PSOL, por exemplo, apresentou o menor desempenho em número de cadeiras conquistadas em todo o país.

Em relação a gênero, a participação das mulheres nas eleições municipais de 2024 apresentou um crescimento modesto, e ainda insuficiente para alcançar a paridade. Dados da plataforma de estatísticas eleitorais do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)⁵ indicam que as mulheres representaram 15% das candidaturas à Prefeitura, 23% das candidaturas a vice-prefeito e 35% das candidaturas a vereador. Embora haja um aumento em comparação com 2020, esses números evidenciam a dívida histórica que o Brasil tem com a representação feminina na política. O crescimento tímido das candidaturas de mulheres reforça que ainda há um longo caminho a percorrer para garantir a igualdade de gênero no cenário político brasileiro.

Apesar dos desafios enfrentados pelas mulheres na política, uma figura que merece destaque na eleição de Fortaleza: Priscila Costa (PL) foi a vereadora mais votada da história da capital cearense, recebendo 36.226 votos⁶ – o que garantiu o seu terceiro mandato consecutivo no Legislativo municipal.

³ Tavares, Vitor. et al. “Os grandes vencedores (e os perdedores) das eleições municipais”. *BBC News Brasil*, 27 outubro 2024. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cx2ll19549ro>. Acesso em: 11 janeiro 2025.

⁴ Saiba quais partidos têm mais vereadores eleitos em 2024. *CNN Brasil*, 7 out. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/eleicoes/quais-partidos-tem-mais-vereadores-eleitos-em-2024/>. Acesso em: 1 jun. 2025.

⁵ Salles, Silvana; Said, Tabita. “Brasil vai para eleições municipais em dívida com as mulheres”. *Jornal da USP*, 2 setembro 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/diversidade/brasil-vai-para-eleicoes-municipais-em-divida-com-as-mulheres/>. Acesso em: 11 janeiro 2025.

⁶ *G1 CE*. “Conheça Priscila Costa e Gabriel Biologia, os vereadores mais votados de Fortaleza em 2024”. *G1 Ceará*, 7 outubro 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/eleicoes/2024/noticia/2024/10/07/conheca-priscila-costa-e-gabriel-biologia-os-vereadores-mais-votados-de-fortaleza-em-2024.ghtml>. Acesso em: 11 janeiro 2025.

É interessante observar este fenômeno eleitoral, pois os dados do TSE sobre as eleições para o legislativo fortalezense também evidenciam a sub-representação feminina. Embora representem 55% do eleitorado, as mulheres foram apenas 36% das candidaturas e ocuparam apenas 21% das cadeiras na Câmara Municipal (9 de 43 vagas)⁷. O dado aponta barreiras estruturais à competitividade eleitoral das candidaturas femininas.

De perfil conservador, Priscila iniciou sua carreira como jornalista, com passagens em rádio, TV e como assessora de imprensa. Contudo, foi na política que obteve grande destaque. Ela ingressou na Câmara Municipal de Fortaleza em 2016 pelo PRTB, foi reeleita em 2020 pelo PSC e, em 2024, alcançou a maior votação do PL. Além de sua atuação como vereadora, Priscila é presidente do PL Mulher, no Ceará, e se destaca por suas pautas conservadoras, voltadas para a defesa da família tradicional e antiaborto. Embora tenha tentado se eleger deputada federal em 2018 e 2022, sem sucesso, em 2023, assumiu temporariamente uma vaga na Câmara dos Deputados como suplente, mas retornou ao Legislativo municipal em outubro do mesmo ano.

Em um contexto de sub-representação de gênero e fortalecimento do conservadorismo na política, o sucesso eleitoral de candidatas como Priscila Costa é fundamental para compreender a atuação de mulheres de extrema-direita e sua interlocução com mulheres comuns. Essas líderes têm conquistado apoio significativo nas urnas (SOLANO; ROCHA; SENDRETTI, 2023). A articulação de temas relacionados ao gênero, como a proteção da família tradicional, tem sido central para esse êxito, permitindo uma conexão direta com um eleitorado que compartilha dessas preocupações. Esse fenômeno reflete o fortalecimento do conservadorismo, que, ao focar no gênero, ganha força no cenário político, principalmente entre as mulheres.

A partir do ponto de vista comunicacional, esta pesquisa tem como objetivo analisar a candidatura de Priscila Costa, com foco em suas estratégias de comunicação eleitoral e na construção de sua imagem pública. Busca-se compreender como a vereadora mobiliza questões de gênero e valores conservadores para dialogar com seu eleitorado.

A metodologia adotada será a Análise de Conteúdo (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021), com base em duas abordagens complementares: (i) a tipologia

⁷ Duarte, Cíntia. "Câmara Municipal de Fortaleza mantém recorde de nove vereadoras eleitas no mesmo pleito". *O Povo*, 7 out. 2024. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/eleicoes/2024/10/07/camara-municipal-de-fortaleza-mantem-recorde-de-nove-vereadoras-eleitas-no-mesmo-pleito.html>.

das candidaturas femininas proposta por Panke (2016), que identifica arquétipos femininos nas campanhas eleitorais; e (ii) os elementos ideológicos acionados pela direita radical, conforme Rocha (2020). A análise incidirá sobre postagens no *Instagram* durante o período eleitoral de 2024, dada a crescente importância da plataforma na comunicação política (PARMELEE; ROMAN, 2019; RECUERO et al., 2021).

Conservadorismo, gênero e o sucesso eleitoral de figuras femininas alinhadas à direita radical

Com Jair Bolsonaro como figura central, o bolsonarismo impulsionou movimentos ideológicos de caráter conservador, especialmente em relação às questões de gênero no cenário político brasileiro (RENNÓ, 2022). Embora pesquisas indicassem que a base de apoio fosse majoritariamente masculina, um contingente expressivo de mulheres também se identificava com esse projeto político (SENA; AQUINO, 2021). Esse dado provoca reflexões sobre as escolhas políticas femininas, sobretudo diante do êxito eleitoral de lideranças conservadoras. Quando mulheres defendem valores associados a um sistema que reforça papéis tradicionais de gênero, emerge um fenômeno que demanda análise crítica (SENA; AQUINO, 2021; LEITE; TATAGIBA, 2024).

135

Nesse contexto, Mudde (2018) observa que o gênero atravessa as dinâmicas das novas direitas, destacando a ascensão de mulheres em posições de liderança e a centralidade de agendas conservadoras no debate público. Compreender o papel dessas figuras é essencial para analisar como mulheres de extrema-direita atuam politicamente e constroem vínculos com outras mulheres na sociedade (SOLANO; ROCHA; SENDRETTI, 2023).

A naturalização das diferenças de gênero, segundo Solano, Rocha e Sendretti (2023), é central na visão de mundo da direita, especialmente da direita radical e ultraradical, que defende a família tradicional como base de uma nação próspera. Porém, segundo as autoras, partidos e lideranças de extrema-direita reconhecem que não podem ignorar o eleitorado feminino se desejam continuar vencendo eleições. Assim, esses grupos têm demonstrado um crescente interesse em conquistar o apoio das mulheres para fortalecer sua presença social e aumentar sua competitividade eleitoral. Mas quais estratégias estão sendo utilizadas para atrair esse público feminino?

Segundo Leite e Tatagiba (2024), há um esforço consciente dessas lideranças em construir uma retórica de empoderamento feminino que se distancia dos feminismos emancipatórios. Propõem uma participação baseada na “política dos afetos” e na “sensibilidade”, reforçando a ideia de um modo feminino conservador de atuação política. Assim, essas mulheres não apenas disputam espaço, mas também os significados da própria representação política.

O campo eleitoral, portanto, torna-se um terreno de embate entre diferentes concepções sobre a presença feminina na política. A retórica conservadora sustenta que a mulher é chamada a atuar politicamente por seu vínculo com os valores morais e familiares, cabendo a ela resgatar a ordem social ameaçada (LEITE; TATAGIBA, 2024). Essa noção naturaliza os papéis de gênero e legitima um modelo de participação que, embora ampliado numericamente, mantém-se limitado em termos de transformação política estrutural.

Essa lógica dialoga com a cultura feminista neoliberal⁸ e o feminismo popular⁹, ao propor um empoderamento individual, despolitizado e desvinculado de projetos coletivos (SOLANO; ROCHA; SENDRETTI, 2023). Trata-se de uma apropriação esvaziada do discurso feminista, que opera sob a lógica do mérito e da performance individual, sem enfrentar as desigualdades sistêmicas que marcam a trajetória das mulheres na política.

136

A partir das ideias de Butler (2014), Buss (2007) e Saffioti (1987), Sena e Aquino (2021) explicam que a construção binária dos gêneros, fundamentada em uma perspectiva biológica, contribui significativamente para a atribuição das performances femininas e masculinas, limitando a compreensão das identidades de gênero. Ao adotar um discurso binário sobre gênero, cria-se uma operação que regula o poder, naturaliza as normas hegemônicas e impede a reflexão sobre sua transformação. Esse pensamento sustentado na relação intrínseca entre sexo e gênero favorece a permanência de estruturas conservadoras sobre as identidades,

⁸ De uma forma geral, Solano, Rocha e Sendretti (2023) explicam que o feminismo neoliberal reconhece a desigualdade de gênero, mas nega as estruturas sociais e econômicas que afetam as mulheres. Nesse contexto, as mulheres são vistas como responsáveis por seu próprio bem-estar, com seus dilemas resolvidos por meio da “escolha” entre equilibrar trabalho e família. Essa visão transforma as mulheres em indivíduos que fazem cálculos de custo-benefício, eliminando qualquer força de oposição presente em lutas políticas feministas coletivas.

⁹ O feminismo popular (SOLANO; ROCHA; SENDRETTI, 2023) é um conjunto de práticas acessíveis ao grande público, como “ativismo hashtag” e consumo de produtos, que cria uma versão “feliz” do feminismo. No entanto, essa abordagem frequentemente deixa de lado críticas estruturais e limita a transformação real. Embora a visibilidade nas mídias e redes sociais seja importante, ela não necessariamente leva à mudança das estruturas patriarcais.

com o sexo biológico sendo visto como um determinante natural e essencial das práticas sociais.

Dentro dessa lógica, o pensamento feminino pró-Bolsonaro, por exemplo, pode ser compreendido, pois nele o gênero não é visto apenas como construído culturalmente, mas como algo fundamentado na biologia e em uma proposta religiosa, principalmente cristã. Assim, o movimento bolsonarista feminino associa as funções sociais às funções biológicas, visualizando qualquer mudança ou subversão desse arranjo como uma ameaça à ordem social e moral cristã (SENA; AQUINO, 2021).

Almeida (2019) afirma que os discursos dos religiosos conservadores, católicos e evangélicos, enfocam a necessidade de controlar os avanços do secularismo nos comportamentos e valores. A “onda conservadora”, com foco em moralidade e costumes, revela como a religião, antes restrita ao plano privado, agora influencia a esfera pública, especialmente por meio de leis e normas.

Apesar de oscilações entre 2018 e 2022, Bolsonaro continuou sendo o preferido entre os evangélicos, com um percentual sempre superior a 50%¹⁰ entre esse eleitorado durante o último pleito para a presidência. O crescimento das igrejas evangélicas acompanha esse cenário, com evangélicos já somando 26,9% da população, segundo o recente Censo 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹¹. O maior percentual da história.

O fortalecimento de setoriais femininos em partidos conservadores revela uma coexistência entre o incentivo à participação de mulheres e sua sub-representação nas instâncias de poder (LEITE; TATAGIBA, 2024). Há, portanto, uma tensão entre o cumprimento formal de regras de inclusão e as práticas políticas efetivas. Nesses espaços, a presença feminina é muitas vezes justificada por uma suposta vocação natural da mulher para lidar com a crise de valores morais que atinge a sociedade — crise esta interpretada a partir de um viés religioso e familiar.

¹⁰ Garrett Jr, Gilson. “Pesquisa: em 4 meses, voto dos evangélicos em Bolsonaro foi de 61% para 53%; em Lula de 17% para 28%”. *Exame*, 29 ago. 2022. Disponível em: <https://exame.com/brasil/pesquisa-em-4-meses-voto-dos-evangelicos-em-bolsonaro-foi-de-61-para-53-em-lula-de-17-para-28/>. Acesso em: 12 jan. 2025.

¹¹ PAULO, Paula Paiva. “1 em cada 4 brasileiros é evangélico; percentual é maior entre mais jovens, mostra IBGE”. *G1*, 06 jun. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/censo/noticia/2025/06/06/1-em-cada-4-brasileiros-e-evangelico-percentual-e-maior-entre-mais-jovens-mostra-ibge.gh.html>.

Parlamentares conservadoras têm instrumentalizado valores como a família e a religião em sua ação política, promovendo uma disputa simbólica com os campos progressistas. Essa atuação redefine noções como “gênero” e “ser mulher”, ampliando as tensões em torno da participação feminina na política institucional (LEITE; TATAGIBA, 2024).

Essa disputa por sentidos se articula a partir de uma perspectiva moral que atrai mulheres alinhadas a uma visão de mundo conservadora. Ao associar crenças religiosas a uma agenda política, essas lideranças reforçam pautas como a defesa da família tradicional, o combate ao aborto e a negação da diversidade de gênero, compreendendo tais bandeiras como centrais para a preservação da ordem moral e social.

A naturalização desse tipo de engajamento feminino se ancora em uma ética cristã que idealiza a figura da mulher virtuosa — aquela que se compromete com os princípios que supostamente a dignificam e a distinguem como guardiã da moral (SENA; AQUINO, 2021). Nessa lógica, o discurso antifeminista emerge como forma de resistência àquilo que é percebido como ameaça: os avanços dos direitos das mulheres e as transformações nas estruturas de gênero promovidas pelos feminismos. Ao invés de reconhecerem as feministas como possíveis aliadas na luta por equidade, elas são retratadas como adversárias da estabilidade familiar.

Como forma de tornar tal “opção” mais palatável e atraente, lideranças e ativistas femininas de extrema-direita procuram promover políticas de cuidado e assistência social focadas nas mulheres que optam por ficarem em casa e cuidarem da família. Desse modo, a concepção de empoderamento feminino passa a ser maleável e aberta a diversas finalidades políticas, permitindo que, atualmente, a extrema-direita e o ativismo religioso conservador avancem na disputa das implicações e significados do que é uma mulher empoderada. (SOLANO; ROCHA; SENDRETTI, 2023, p.14).

Portanto, compreender a ascensão dessas lideranças exige olhar para além dos números e da formalidade das candidaturas. É necessário refletir sobre os sentidos atribuídos à participação feminina, as estratégias discursivas adotadas e os efeitos simbólicos e materiais dessa presença na consolidação de uma agenda conservadora.

Não raro tenho escutado uma dizer que tal mulher não representa as mulheres. Às vezes porque fulana é religiosa, outra porque tem pele branca, outra porque é empresária, ou porque é lésbica, porque é solteira ou porque é do sindicato. E lhes pergunto: não representa que classe de mulheres? (PANKE, 2025, p. 63)

Redes sociais, radicalismo de direita e comunicação eleitoral

A ascensão da extrema-direita nos últimos anos tem sido facilitada por uma série de transformações tecnológicas e sociais, que remodelaram a forma como as informações são produzidas, distribuídas e consumidas. Esse fenômeno pode ser compreendido por meio de conceitos como: 1) Plataformização; 2) Dataficação da vida; 3) Colonialismo de dados; e 4) Governamentalidade algorítmica (ROSA; ORNELAS ROSA, 2024). Esses processos não apenas amplificam as vozes da extrema-direita, mas também reconfiguram as dinâmicas de poder e controle na sociedade contemporânea.

De acordo com Rosa e Ornelas Rosa (2024, p. 72), a Plataformização refere-se ao processo em que as plataformas digitais penetram em diversas esferas da vida, reestruturando práticas econômicas, sociais e culturais. Nesse contexto, as plataformas digitais, como *WhatsApp*, *Instagram* e *YouTube*, desempenham um papel fundamental ao permitir que narrativas da extrema-direita sejam amplificadas e disseminadas através de algoritmos que privilegiam conteúdos polarizantes e sensacionalistas.

Ademais, ainda é importante mencionar que as plataformas digitais acabaram promovendo certo tipo de direcionalidade empresarial que envolve a fabricação de uma vida que busca transformar todas as suas instâncias em negócio. Essa busca pela capitalização de curtidas, visualizações e compartilhamento de conteúdos, acaba sendo convertida em dinheiro, porque é por meio delas que essas *BigTechs* acessam os dados dos seus usuários, que são coletados, sistematizados e, posteriormente, comercializados, ora para fins comerciais (Zuboff, 2020), ora para fins políticos (Da Empoli, 2019).

139

A Dataficação da Vida é outro conceito central para entender a hegemonia da extrema-direita, pois envolve a coleta massiva de dados pessoais que são utilizados para influenciar comportamentos e opiniões. Essa prática permite que discursos de ódio e desinformação sejam direcionados de forma precisa, maximizando seu impacto e a mobilização de seguidores. “Desse modo, a informação que passa a ter validade é justamente aquela que reitera a visão de mundo do agente que se encontra a sua procura, privilegiando o que gostaria que acontecesse e não o que de fato sucedeu” (ROSA; ORNELAS ROSA, 2024, p. 73).

O Colonialismo de Dados e a Governamentalidade Algorítmica se entrelaçam para consolidar o poder de grupos extremistas. O Colonialismo de Dados refere-se ao controle e exploração de informações pessoais por grandes corporações

e governos, frequentemente sem o consentimento dos indivíduos. Rosa e Ornelas Rosa (2024) apontam que a Governamentalidade Algorítmica opera através do controle de fluxos de dados, estabelecendo uma nova forma de domínio colonial. Essa dinâmica permite que algoritmos reforcem estruturas de poder existentes, promovendo uma agenda autoritária e suprimindo vozes dissidentes, o que é fundamental para a manutenção da hegemonia da extrema-direita.

Para Silveira (2015, p. 215), as redes digitais passaram a ser ocupadas, de forma gradativa, por grupos culturais, religiosos e políticos de diferentes matrizes; o que beneficiou, em um primeiro momento, diversas perspectivas, inclusive grupos contrários à democracia e à liberdade. Sua arquitetura permitiu a apropriação de diversas culturas e subculturas.

A ambivalência é uma característica da maioria das tecnologias, e não seria diferente na internet. “Assim, a internet aumenta o poder de quem se propõe articular suas ideias e realizar conversações. Não aumenta só o poder de quem defende a democracia, a justiça ou as causas mais caras para a humanidade” (SILVEIRA, 2015). Com a chegada da internet e sua influência na sociedade, as estratégias de comunicação eleitoral também passaram por um processo de adequação a esse novo meio (NORRIS, 2000).

140

Diante deste quadro de transformações, a evolução da tecnologia e das mídias digitais possibilitou o surgimento de novas formas e possibilidades de sociabilidade e de comunicação entre os indivíduos e as instituições. Norris (2000) argumenta que as campanhas eleitorais passaram por uma transformação não linear, com um retorno a características das campanhas pré-modernas, combinadas com novas formas de comunicação interativa e direta entre eleitores e candidatos.

As campanhas pós-modernas, portanto, são híbridas, misturando diversos níveis de comunicação e complexidade. Nas sociedades atuais, a estrutura social em mudança e a entrada de novos atores políticos tornaram a gestão política mais complexa, exigindo estruturas de comunicação próprias e uma campanha permanente. Assim, a importância dos especialistas em comunicação agora se estende além dos períodos eleitorais, abrangendo todo o ciclo político (ESPÍRITO SANTO; FILGUEIRAS, 2010).

Se por um lado os processos de mudança social têm conduzido a uma comunicação eleitoral centrada na televisão, aumentando a distância entre representantes e representados; por outro lado, a fragmentação dos interesses sociais e identidades, bem como dos meios de

comunicação promotores de novas interactividades, nomeadamente a internet e as redes 2.0 (Swanson e Mancini, 1996; Giddens, 1990; Howard, 2006) – de que a campanha de Barack Obama é exemplo paradigmático –, promovem também um movimento inverso, no sentido de fortes redes de comunicação interpessoal e espaços de discussão, que a televisão excluiu (ESPÍRITO SANTO; FILGUEIRAS, 2010, p. 80).

Em um cenário onde o extremismo e as *fakes news* (MUDDE, 2018) se espalham rapidamente, narrativas simplificadas e polarizadoras encontram terreno fértil. O Mito da Conspiração, conforme descrito por Girardet (1987), surge como uma dessas narrativas, transformando eventos complexos em tramas manipuladas por grupos secretos. Essa lógica de manipulação substitui a imprevisibilidade dos fatos, oferecendo explicações claras e culpados definidos em tempos de incerteza. Nessas histórias, o “Outro” é frequentemente descrito como uma ameaça maligna, alimentando o medo coletivo e reforçando divisões sociais.

Durante campanhas eleitorais, especialmente entre candidatos ligados à direita radical, essas narrativas são habilmente utilizadas para engajar eleitores e consolidar apoio. Ao longo desse período, os candidatos trabalham para construir suas imagens pessoais, destacando-se como defensores da ordem e da tradição, e posicionando-se contra as ameaças representadas pelos “inimigos” da sociedade. A estratégia de comunicação baseada em referências arquetípicas e no apelo ao inconsciente coletivo (TESSEROLI; BERNARDI; PANKE, 2024) demonstra como essas figuras políticas moldam a percepção pública, simplificando os desafios sociais através de discursos que ressoam com os medos e inseguranças do eleitorado.

141

Metodologia

Para alcançar nossos objetivos, adotamos a Análise de Conteúdo como metodologia principal (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021). A coleta de dados foi realizada por meio da ferramenta *Zeeschuimer/4CAT* (PEETERS, S.; HAGEN, S., 2022), que permite a extração e análise de dados de redes sociais. As postagens foram coletadas entre 16 de agosto e 6 de outubro de 2024, conforme o calendário oficial do TSE, resultando em 72 postagens da vereadora Priscila Costa (@priscilacosta).

Após a coleta de dados, utilizamos duas formas de categorização dos conteúdos. A primeira foi baseada nos arquétipos femininos desenvolvidos por Panke (2016) para classificar os perfis comunicacionais das candidatas, com base nos códigos de comunicação observados nas campanhas.

A autora, com base nos códigos de Eco (1993), identificou linguagens e ações de comunicação presentes nas campanhas femininas (PANKE, 2016), abrangendo elementos verbais, não verbais, imagéticos, sonoros, estéticos e gráficos. Esses códigos foram organizados e revisados por Panke (2016), visando apoiar futuras investigações.

Quadro 1- Descrição dos arquétipos de candidatas (PANKE, 2016)

Arquétipo	Descrição	Característica
Mulher Guerreira	Mulher que entra na política enfrentando preconceitos e obstáculos; destemida e orientada para mudanças.	Liderança, iniciativa, quebra de regras, luta por um mundo melhor, habilidade de agregar, enfrentamento de desafios pessoais e opositores.
Mulher Maternal	Destaca o papel de cuidadora e o valor da maternidade em suas campanhas.	Cuida dos filhos, atenção às pessoas vulneráveis, discurso suave, gestos carinhosos, olhar direto, uso de tons e imagens suaves para expressar sensibilidade.
Mulher Profissional	Evidencia sua qualificação e habilidades para alcançar resultados e transformar a realidade local.	Capacidade técnica, foco em resultados, disposição, valorização de conquistas profissionais; ocasionalmente ligada a um padrinho político.

Fonte: TESSEROLI; BERNARDI; PANKE, 2024.

A segunda abordagem utilizou as categorias de Rocha (2020), focada nos principais temas relacionados ao discurso da direita radical, especialmente em períodos eleitorais. O livro de códigos de Rocha (2020) se baseou principalmente no estudo multimétodo de Messemberg (2017), que conduziu grupos focais e coletou dados para sistematizar o que ela chama de “ideias-força”, a fim de analisar as configurações simbólico-discursivas da direita brasileira, que ganhou maior relevância política a partir de 2015.

Quadro 2 – Elementos ideológicos acionados pela Direita Radical (ROCHA, 2020)

ANTI-ESQUERDA	CONSERVADORISMO	NEOLIBERALISMO	BOLSONARISMO
Antipetismo	Defesa da ideologia conservadora	Liberalismo econômico	Apoio a Jair Bolsonaro
	Fundamentalismo Religioso		
	Apoio às Forças Armadas/Profissionais de Segurança Pública		
Contra partidos de esquerda	Combate mais recrudescido contra a criminalidade		Apoio a outras figuras ligadas à Direita Radical
Anticomunismo	Nacionalismo		Discurso contra a Elite Política
	Antifeminismo		
	Contra pautas de Diversidade Sexual		

Fonte: elaborado pelos autores.

Como as categorias são acumulativas — ou seja, uma publicação pode conter mais de um elemento —, o Quadro 3 apresenta a relação das postagens com as duas formas de classificação utilizadas nesta pesquisa. A maioria das publicações (93%) apresentou os arquétipos definidos por Panke (2016). Já 48 postagens (66,6%) foram classificadas segundo os critérios de Rocha, relacionados às temáticas da direita radical. Considerando as duas formas de classificação, 47 postagens (65,28%) se enquadram em ambas. Apenas quatro postagens não se enquadram em nenhuma das duas classificações.

143

Quadro 3 – Classificação das postagens da vereadora Priscila Costa (PL) no *Instagram*

Classificação	Número de postagens	Porcentagem em relação ao total (%)
Arquétipos femininos	67	93,06%
Elementos ideológicos da direita radical	48	66,67%
Arquétipos femininos e elementos ideológicos da direita radical	47	65,28%
Apenas arquétipos femininos	20	27,78%
Não se aplica	5	5,56%
Apenas elementos ideológicos da direita radical	1	1,39%

Fonte: elaborado pelos autores.

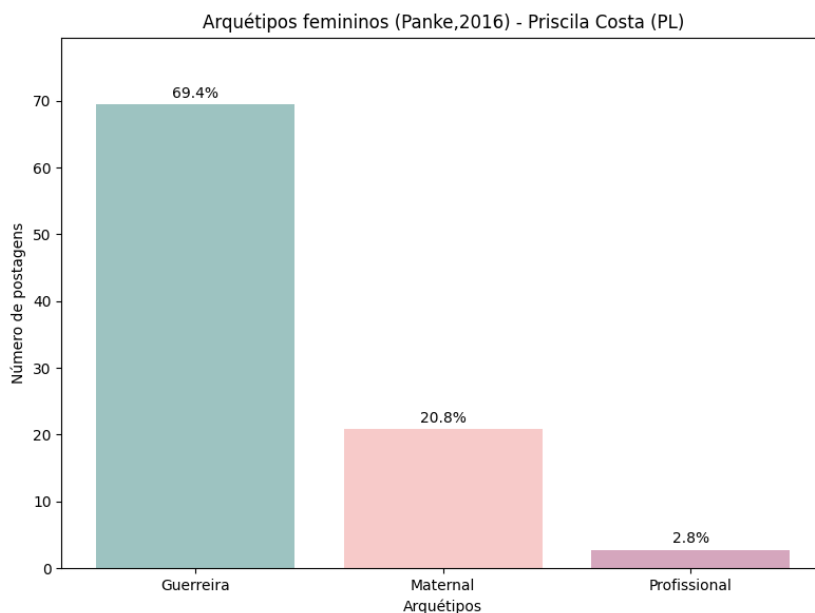
Podemos deduzir que os arquétipos foram suficientes para analisar quase todas as publicações. Quanto à presença de elementos ideológicos, os percentuais indicam o grau de ideologização presente na campanha. A categoria “Não se aplica” refere-se a publicações de metacampanha, como número de urna, endereço de site e redes sociais da candidata, ou seja, publicações que não se enquadram nas duas propostas de categorização que são os objetivos destas pesquisas (PANKE, 2016; ROCHA, 2020). As demais categorias permitiram identificar o cruzamento ou não entre as duas abordagens propostas.

Como observamos, a maioria das postagens está relacionada às abordagens propostas, mas apenas uma foi identificada exclusivamente com elementos ideológicos da direita radical. Esse resultado já era esperado no início da codificação, pois toda publicação que contenha elementos ideológicos da direita radical poderia acionar algum arquétipo feminino. No entanto, o inverso é mais difícil, uma vez que os arquétipos podem ser utilizados em diversos temas, além dos típicos da direita radical, como educação, saúde, assistencialismo, entre outros tópicos comuns em campanhas eleitorais. Na próxima seção, os dados serão analisados.

Análise dos resultados e discuss

Assim como nos achados de Tesseroli, Bernardi e Panke (2024), o arquétipo de Mulher Guerreira foi o mais recorrente nas postagens analisadas da candidata Priscila Costa (PL). Inicialmente, ao examinar uma candidata com perfil conservador e ligada ao bolsonarismo, os pesquisadores levantaram a hipótese de que ela seguiria um perfil Maternal. No entanto, os resultados da pesquisa refutaram parcialmente essa hipótese, mostrando uma similaridade com os achados do nosso estudo. Esses aspectos ajudam a explicar, junto com outros fatores, as preferências estratégicas na escolha de determinados perfis.

Figura 1 – Arquétipos femininos



Fonte: elaborado pelos próprios autores.

A candidata Priscila Costa (PL) utilizou seu *Instagram* para se posicionar como uma mulher forte e combativa, defendendo seus objetivos e lutando contra “o mal”, representado pelos partidos de esquerda, a ideologia de gênero, e a velha elite política. Suas publicações adotaram um tom de alerta e de guerra, com a narrativa de que há uma ameaça a ser combatida.

145

Figura 2 – Postagem do *Instagram* de Priscila Costa (PL)

Fonte: *Instagram*.

Visualmente, a identidade da candidata esteve fortemente associada às cores do Brasil, frequentemente apresentando fotos com a bandeira nacional e o uso predominante de verde e amarelo, reforçando seu patriotismo. Sua postura combativa enfatiza a luta pela família tradicional, a defesa dos valores cristãos, e a proteção das crianças. Conforme descrito por Panke (2016, p. 122), “são mulheres que se expõem na política aproximando-se de modelos masculinos, desde o modo de vestir, tom de voz, conteúdo do discurso, até a agressividade. Elas se apresentam duras, aparentando dificuldades de negociar, com expressão facial fechada”.

Com 20,8% das postagens, os códigos comunicativos associados ao arquétipo Maternal nas postagens da candidata evidenciam seu desejo de construir um mundo melhor por meio do cuidado e acolhimento aos mais vulneráveis, exaltando a família como base dessa transformação. A Figura 3, por exemplo, mostra a candidata ao lado do esposo e dos filhos, na cama, em um momento íntimo e acolhedor, que comunica mais do que apenas afeto familiar. Essa escolha imagética reforça um ideal de mulher ligada ao lar, ao cuidado e à preservação dos valores da família tradicional.

Figura 3 – Postagem do *Instagram* de Priscila Costa (PL)



Fonte: *Instagram*.

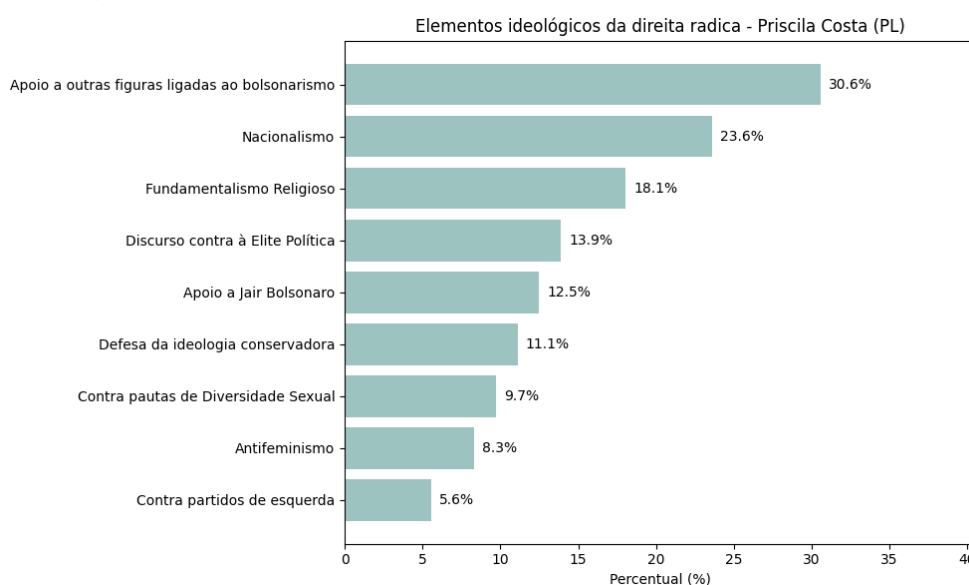
As campanhas destacaram fotos em família, evidenciando seu papel de mãe e esposa, e demonstraram afeto pelos eleitores, sugerindo que seu cuidado transcende a vida privada. Essas publicações reforçam sua visão conservadora e a valorização da família tradicional e em defesa de pautas antiaborto. A candidata é frequentemente retratada cuidando de filhos, idosos e crianças, com atenção

às necessidades alheias. A figura da mãe cuidadora é transmitida pelo tom de voz suave, linguagem, gestos e um olhar acolhedor, enquanto elementos como iluminação suave, trilhas sonoras tranquilas e cores femininas na comunicação eleitoral acentuam essa sensibilidade. “A supervalorização da maternidade pode explicar por que várias postulantes a cargos públicos acabam mencionando esse fato em detrimento dos seus êxitos profissionais” (PANKE, 2016, p. 135).

O arquétipo Profissional (2,8%) foi pouco acionado, aparecendo quando a candidata demonstra qualificação e energia para cumprir as demandas do cargo, evidenciando suas qualidades técnicas e atos como vereadora.

Em relação aos elementos ideológicos acionados conforme Rocha (2020), encontramos os seguintes resultados:

Figura 4 – Elementos ideológicos da Direita Radical (ROCHA, 2020)



Fonte: elaborado pelos próprios autores.

Assim como outras pesquisas realizadas por Rocha (2023), a categoria “Apoio a outras figuras da Direita Radical” foi o principal elemento ideológico acionado. A candidata enfatizou sua participação em um movimento nacional de ideologia conservadora, destacando-se como a escolha dos principais líderes desse movimento para o legislativo fortalezense. Além disso, um ponto relevante para essa estratégia foi o apoio de Priscila ao candidato à prefeitura de Fortaleza, André Fernandes (PL). Outras figuras ligadas à direita radical, como Michelle Bolsonaro, Damara Alves e Nikolas Ferreira, também apareceram.

Figura 5 – Postagem do *Instagram* de Priscila Costa (PL)

Fonte: *Instagram*.

De acordo com Araújo (2019), a formação social ultraconservadora no Brasil não é algo recente, surgido com Bolsonaro, mas uma progressão histórica que, com o passar do tempo, encontrou no ex-presidente uma liderança. Portanto, demonstrar (tal ultraconservadorismo?) aos eleitores que fazem parte desse movimento e são representantes dessa ideologia se mostrou a principal tática discursiva dos candidatos analisados em suas redes sociais.

Outro dado relevante é o uso de elementos ligados ao nacionalismo, como a defesa da pátria, dos valores nacionais, da bandeira e da identidade verde e amarela, o que é interessante em uma campanha local. Como pontuado por Messenberg (2017, p. 638), há uma nova leitura do patriotismo na comunicação desses atores, pois “convém destacar o seu vínculo umbilical à ideia do ‘anticomunismo’ (guerra permanente a esse inimigo comum), as louvações às Forças Armadas e os incentivos à adoração dos símbolos nacionais, com destaque para o hino e a bandeira”.

Figura 6 – Postagem do *Instagram* de Priscila Costa (PL)

Fonte: *Instagram*.

A terceira categoria observada é o fundamentalismo religioso. A candidata destacou sua imagem como uma mulher cristã, apresentando-se como representante de uma sociedade conservadora. Por ser uma liderança dentro da comunidade evangélica fortalezense, a candidata buscou unir sua vida privada e profissional, enfatizando que seus valores pautam tanto seu papel como mulher de fé e mãe, quanto sua atuação como vereadora, defendendo esses princípios em sua agenda política.

Ao analisar as votações de candidatos evangélicos eleitos, Faganello (2015, p. 158) identificou um fenômeno inverso: a concentração do voto passa a ocorrer nas regiões periféricas. A razão, segundo o autor, é a forte adesão aos discursos conservadores evangélicos, em contraste com os discursos mais “securitários” nesses locais. “O conservadorismo é um traço predominante na atuação política entre evangélicos, encontrando forte apelo eleitoral em discursos a favor da família, contra o aborto e negando políticas de gênero e sexualidade”.

Figura 7 – Postagem do *Instagram* de Priscila Costa (PL)

Fonte: *Instagram*.

Nos últimos anos, forças conservadoras têm trabalhado para reverter alguns direitos conquistados após a redemocratização (ALMEIDA, 2017), especialmente durante os governos petistas. Nesse contexto, a Bancada Evangélica, composta por deputados moralistas, ameaça a laicidade do Estado brasileiro com suas pautas fundamentalistas.

É nesse cenário que se insere a candidatura de Priscila Costa, que buscou catalisar apoio por meio de uma narrativa que evocasse valores da moral cristã. Ela se posicionou em defesa da família fortalezense, atacando o que chamou de “iniciativas dos esquerdopatas” e promovendo a defesa da vida desde a concepção, em uma clara posição contrária ao aborto. Além disso, associou discursos contrários a grupos LGBTQIAPN+ com a suposta erotização infantil.

Considerações finais

Ao cruzar as propostas desta investigação, observou-se que 24,32% das postagens com o arquétipo Guerreira acionaram a categoria Nacionalismo, com forte retórica de confronto contra partidos de esquerda, “ideologia de gênero” e a velha política, além do uso de cores nacionais e símbolos patrióticos. Já 50% das postagens associadas ao arquétipo Maternal ativaram o Fundamentalismo Religioso, vinculando o cuidado e a maternidade à fé cristã e à moral tradicional,

com ênfase na defesa da vida desde a concepção e posicionamento contra o aborto, o que reforça sua identificação com o eleitorado evangélico e conservador.

A tipologia de Panke (2016) ajuda a compreender essa estratégia. A autora mostra como candidatas moldam suas identidades políticas diante de um cenário masculinizado, muitas vezes utilizando a maternidade e o cuidado como ferramentas de legitimação. Já Rocha (2020) aponta a centralidade dos valores morais em campanhas da direita radical.

Conforme Solano, Rocha e Sendretti (2023), o ativismo de extrema-direita ressignifica o empoderamento feminino ao promover papéis tradicionais de gênero como sinal de moralidade, tornando essas agendas mais palatáveis ao eleitorado feminino (SOLANO; ROCHA; SENDRETTI, 2023, p. 14).

Essa tendência é compatível com os achados de Messenberg (2017), que analisou discursos conservadores baseados na defesa da “família tradicional”, oposição ao aborto, ao feminismo, ao casamento homoafetivo e à “ideologia de gênero” nas escolas. Esses discursos também exaltam a fé cristã e o patriotismo, com forte anticomunismo e valorização dos símbolos nacionais.

Nesse contexto, a religiosidade tem papel decisivo. Segundo Sena e Aquino (2021), mulheres evangélicas tendem a reforçar visões tradicionais de gênero, vendo o homem como provedor e a mulher como cuidadora, em alinhamento com os desígnios divinos.

A pesquisa se insere em um debate mais amplo sobre os sentidos da participação política feminina e seus impactos na democracia (LEITE; TATAGIBA, 2024). Ao analisar a presença de mulheres conservadoras na política institucional, a investigação evidencia que o canal eleitoral é um espaço de disputa simbólica entre campos políticos opostos — especialmente entre o movimento feminista e o contramovimento de mulheres conservadoras. Nesse contexto, torna-se fundamental compreender como essas lideranças influenciam a representação política e tensionam as bases do sistema democrático.

Referências

- ALMEIDA, R. “A onda quebrada: evangélicos e conservadorismo”. *Cadernos Pagu*, v. 50, 2017.
- ALMEIDA, Ronaldo de. “Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira”. *Novos Estudos*, vol. 38, no. 1, pp. 185-213, 2019.
- ARAÚJO, W. P. “Estado, ideologia e capital no Brasil contemporâneo: contradições do lulismo e surgimento do bolsonarismo”. *Revista Cadernos de Ciências Sociais da UFRPE*, v. 2, n. 13, 2019.
- DO ESPÍRITO SANTO, Paula; FIGUEIRAS, Rita. *Comunicação eleitoral. Conceitos de Comunicação Política* (livro ou artigo?).
- FAGANELLO, Marco Antonio. “Bancada da Bala: uma onda na maré conservadora”. In: CRUZ, S. V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (org.). *Direita, volver! o retorno da direita e o ciclo político brasileiro*. São Paulo: Perseu Abramo, 2015.
- GIRARDET, Raoul. *Mitos e mitologias políticas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- LEITE, Maria Clara Melo; TATAGIBA, Luciana Ferreira. “Participação e feminismo em disputa: construindo a participação política da mulher conservadora”. In: *Fazendo Gênero* 13, 2024. Florianópolis: Anais Eletrônicos, 2024.
- MESSEMBERG, Débora. “A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros”. *Sociedade e Estado*, vol. 32, pp. 621-648, 2017.
- MUDDE, Cas. *A extrema-direita hoje*. 1º ed. Rio de Janeiro: EdUERJ, p. 211, 2018.
- NORRIS, Pippa. *A Virtuous Circle—Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- PANKE, Luciana. *Campanhas eleitorais para mulheres: desafios e tendências*. Curitiba: Editora UFPR, 2016.
- PANKE, Luciana. *Caminhos para o protagonismo feminino*. Governador Valadares: Editora Univale, 2025.
- PARMELEE, John; ROMAN, Nataliya. “Insta-políticos: motivations for following political leaders on Instagram”, 2019.
- PEETERS, S.; HAGEN, S. “The 4CAT Capture and Analysis Toolkit: A Modular Tool for Transparent and Traceable Social Media Research”. *Computational Communication Research*, v. 4, n. 2, pp. 571-589, 2022.
- RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe Bonow; BONOTO, Carolina; VIEGAS, Paula; SALGUEIRO, Igor. “Infodemia e *Instagram*: como a plataforma é

apropriada para a produção de desinformação sobre a hidroxiclороquina?”. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 23, n. 12, pp. 89-103, 2021.

RENNÓ, Lucio. “Bolsonarismo e as eleições de 2022”. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 36, n. 106, pp. 147-163, 2022.

ROCHA, Rafael. “A direita radical despertou no Ceará: uma análise dos elementos simbólicos do bolsonarismo na campanha de André Fernandes para deputado estadual”. In: **46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2023)**, 2023, Belo Horizonte.

ROCHA, Rafael. “Bolsonarismo, eleições e redes sociais: uma análise das estratégias discursivas dos deputados supervotados do PSL no *Facebook*”. 2020. 130 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

ROSA, Pablo Ornelas; DE ORNELAS ROSA, Ramiro. “Tecnopolíticas do ódio: estratégias utilizadas por grupos de *WhatsApp* conservadores e bolsonaristas nas eleições brasileiras de 2018 e 2022”. **Simbiótica. Revista Eletrônica**, v. 11, n. 1, pp. 64-91, 2024.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação**, 2021.

SENA, Nicole Brito de; AQUINO, J.A. “‘Femininas e Bolsogatas’: conservadorismo e adesão de mulheres ao bolsonarismo”. **Política Hoje** (UFPE. Impresso), v. 30, pp. 97-116, 2021.

SILVEIRA, Sérgio A. “Direita nas redes sociais *online*”. In: CRUZ, S. V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (org.). **Direita, volver! o retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Perseu Abramo, 2015.

SOLANO, Esther; ROCHA, Camila; SENDRETTI, Lilian. “Mulheres de extrema-direita: empoderamento feminino e valorização moral da mulher”. **Caderno CRH**, v. 36, p. e023040, 2023.

STATISTA. “Number of Instagram users worldwide as of January 2023, by country”, 2023.

TESSEROLI, Ricardo Germano; BERNARDI, Karina Lançoni; PANKE, Luciana. “Os arquétipos de campanha das vereadoras eleitas pelo Novo, PSL e PT em Curitiba (2020)”. **Revista do Legislativo Paranaense**, n. 8, pp. 72-98, 2024.