

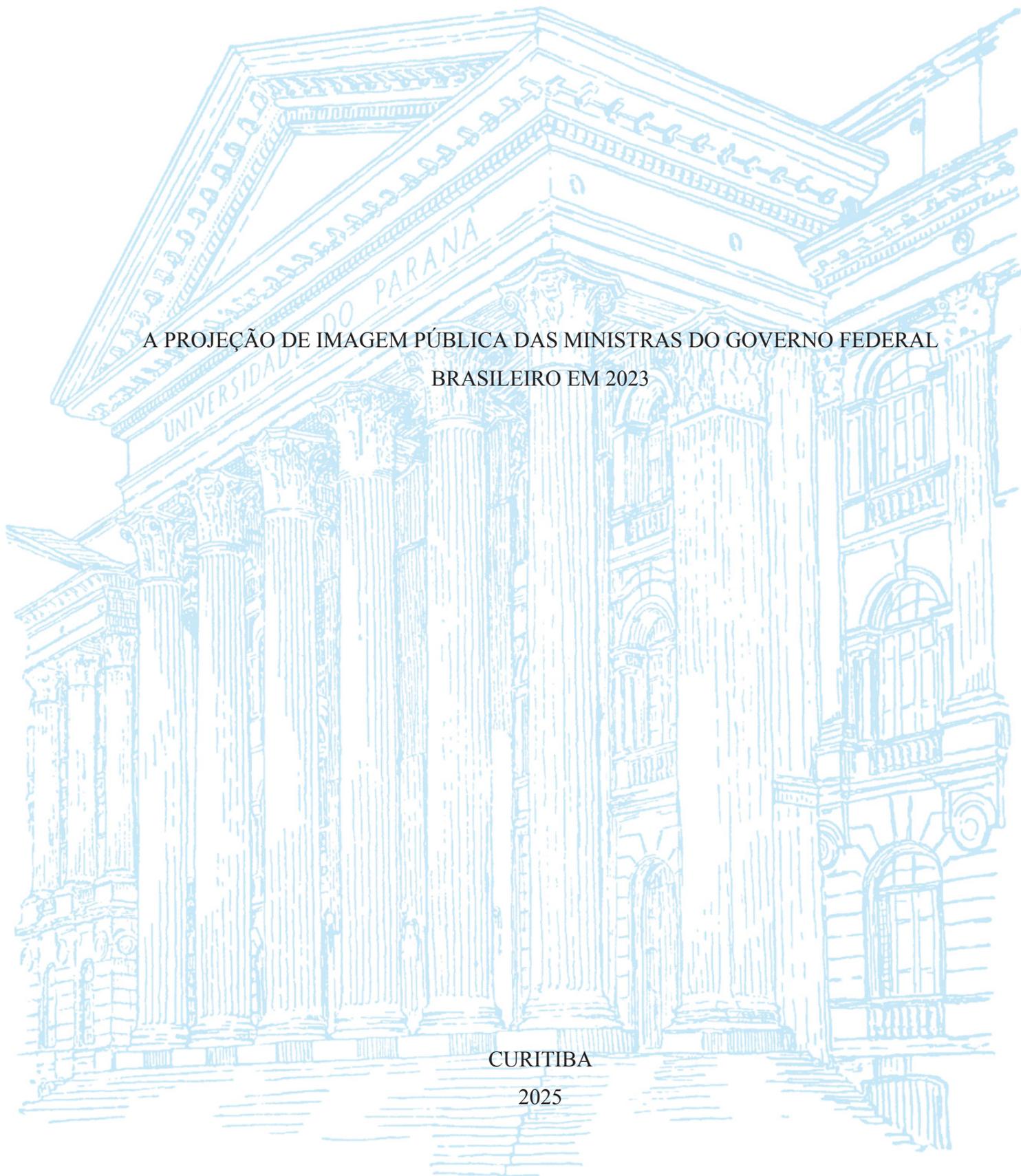
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ELLEN JOAY

A PROJEÇÃO DE IMAGEM PÚBLICA DAS MINISTRAS DO GOVERNO FEDERAL
BRASILEIRO EM 2023

CURITIBA

2025



ELLEN JOAY

A PROJEÇÃO DE IMAGEM PÚBLICA DAS MINISTRAS DO GOVERNO FEDERAL
BRASILEIRO EM 2023

Dissertação apresentada ao curso de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design (SACOD), na Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestra em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Panke

CURITIBA

2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SISTEMA DE BIBLIOTECAS
BIBLIOTECA DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN - CABRAL

- J62 Joay, Ellen,
A projeção de imagem pública das ministras do governo federal brasileiro em 2023. / Ellen Joay. – 2025.
1 recurso online : PDF
- Orientadora: Prof. Dra. Luciana Panke.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-graduação em Comunicação.
Inclui referências.
1. Comunicação política. 2. Comunicação governamental. 3. Imagem pública. 4. Ministras. 5. Representação feminina. I. Panke, Luciana. II. Universidade Federal do Paraná. Setor de Artes Comunicação e Design. Programa de Pós-graduação em Comunicação. III. Título.
CDD: 302.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO -
40001016071P8

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação COMUNICAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **ELLEN JOAY**, intitulada: **A PROJEÇÃO DE IMAGEM PÚBLICA DAS MINISTRAS DO GOVERNO FEDERAL BRASILEIRO EM 2023**, sob orientação da Profa. Dra. LUCIANA PANKE, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestra está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 17 de Março de 2025.

Assinatura Eletrônica

21/03/2025 07:47:37.0

LUCIANA PANKE

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

20/03/2025 14:59:29.0

CARLA MONTUORI FERNANDES

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE PAULISTA)

Assinatura Eletrônica

20/03/2025 15:50:53.0

EMERSON URIZZI CERVI

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

*Dedico este trabalho aos meus pais, às minhas
amigas e a todas as pessoas especiais que,
com seu apoio e carinho, tornaram essa
jornada mais leve e possível de ser concluída.*

AGRADECIMENTOS

Durante minha trajetória, sempre acreditei que somos seres que dependem da companhia uns dos outros. No processo de concluir a graduação, ingressar no programa de Pós-Graduação em Comunicação e, finalmente, encerrar o mestrado, essa percepção se tornou ainda mais evidente. Embora o mestrado tenha sido um percurso solitário e introspectivo em muitos momentos, o senso de comunidade e o apoio das pessoas ao meu redor foram fundamentais para tornar essa fase mais leve. Mesmo com os desafios, sair da zona de conforto fez dessa etapa uma das mais significativas para meu amadurecimento pessoal e profissional.

O mestrado foi um divisor de águas para que eu entendesse a diferença entre a Ellen de antes – insegura, temerosa, duvidando se algum dia seria boa o suficiente para lecionar – e a Ellen de agora, que ainda carrega medos e incertezas, mas que aprendeu que, com o suporte das pessoas certas, essas inseguranças se tornam muito menores.

Dito isso, me sinto no dever de agradecer a todos que tornaram essa jornada acadêmica mais leve e produtiva.

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Maria e Everton, e ao meu irmão, Everson, por todo o apoio, preocupação, conselhos e incentivo para que este sonho se tornasse realidade. Amo vocês.

À minha amiga Rafaela Rosetti, pela amizade imensurável, parceria e apoio. Mesmo com a distância, você esteve presente nos momentos difíceis. Às minhas amigas Letícia e Rafaela, que fazem parte da minha vida há mais de 12 anos e tornaram essa caminhada mais agradável e divertida. Amo vocês.

Um agradecimento especial à minha orientadora, Luciana Panke, pela jornada incrível de aprendizado ao seu lado, seja na dissertação, nas produções acadêmicas ou durante o estágio docente. Obrigada pelo apoio, compreensão, cuidado e pelas inúmeras oportunidades de pesquisa. Você sabe o quanto a admiro e serei eternamente grata por todos os ensinamentos, que transcendem a pesquisa e impactam profundamente minha vida acadêmica.

Aos meus colegas e amigos do mestrado – Caio Budel, Bárbara Tagliani, André Justus, Beatriz de Castro, Bárbara Piazza, Gabriel Snak e Fernanda Sartor (*in memoriam*) –, obrigada pelo apoio, pelas trocas de conhecimento, pelos momentos de dúvidas compartilhadas e pelas palavras de incentivo sempre que a insegurança surgia. Aos

professores da graduação, André e Renata, sou grata pelo auxílio e suporte ao longo da minha formação.

Ao grupo de pesquisa Comunicação Eleitoral (Cel/UFPR), que se tornou uma grande família acadêmica, meu agradecimento por contribuírem e apoiarem essa jornada, tornando-a menos solitária e mais enriquecedora. À Mércia Alvez, Silvia Cunha, Ary Azevedo, Ricardo Tesseroli e Mateus Cunha, obrigada pelas valiosas orientações e pelo auxílio nas produções acadêmicas.

Agradeço à Capes e ao CNPq pelo apoio financeiro que possibilitou a realização deste trabalho. Também sou grata ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR) pela experiência transformadora e por viabilizar a concretização deste sonho.

Por fim, mas não menos importante, agradeço às minhas gatas, Matilda, Luna, Lela e Gatinha (*in memoriam*) por serem minha companhia e, com seus ronronares e arranhadas, trouxeram leveza aos dias difíceis. Obrigada por preencherem este percurso com carinho e companhia incondicional.

*Enquanto as mulheres forem invisíveis na história,
sua participação na política será sempre percebida
como exceção, e não como regra.*

Gerda Lerner

RESUMO

Este estudo tem como objetivo entender como se dá a projeção da imagem pública das ministras do governo federal em suas contas oficiais no Instagram durante os primeiros 100 dias de gestão. A escolha desse período se deve ao fato de ser tradicionalmente considerado um marco na administração pública, especialmente para prestar contas dos novos projetos e ações realizados em uma nova presidência. Para isso, utilizaremos, primordialmente, autores como Maria Helena Weber (2009), Patrick Charaudeau (2013), Gerda Lerner (2019), Silvia Federici (2010), Javier Galícia (2018), Luciana Panke (2016) e Flávia Biroli (2018) com o propósito de compreender os desdobramentos existentes na comunicação governamental e na imagem pública com perspectiva de gênero. Assim, para analisar a projeção de imagem pública das ministras do governo Lula em 2023, adotamos a Análise de Conteúdo de Bardin (1977), aliada à categorização de tipologias de campanha feminina proposta por Luciana Panke (2016), que estabelece três formas de construção de imagem em mulheres candidatas: as Guerreiras, as Maternais e as Profissionais (Panke, 2021).

Palavras-chave: comunicação política; comunicação governamental; imagem pública; ministras; representação feminina.

ABSTRACT

This study aims to understand how the public image of female ministers in the federal government is projected through their official Instagram accounts during the first 100 days of their administration. The choice of this period is due to the fact that it is traditionally considered a milestone in public administration, particularly for reporting on new projects and actions undertaken during a new presidency. To this end, we will primarily draw on authors such as Maria Helena Weber (2009), Patrick Charaudeau (2013), Gerda Lerner (2019), Silvia Federici (2010), Javier Galícia (2018), Luciana Panke (2016), and Flávia Biroli (2018) to understand the dynamics of governmental communication and public image from a gender perspective. Thus, to analyze the projection of the public image of the ministers in Lula's government in 2023, we adopt Bardin's Content Analysis (1977), combined with the categorization of female campaign typologies proposed by Luciana Panke (2016), which establishes three forms of image construction for female candidates: the Warriors, the Maternals, and the Professionals (Panke, 2021).

Keywords: political communication; governmental communication; public image; female ministers; female representation.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 -	Alocação de mulheres em ministérios dividido por assuntos.....	50
FIGURA 2 -	Publicação de Ana Moser em reunião com Ministério da Educação.....	67
FIGURA 3 -	Publicação de Ana Moser em reunião com o deputado Bandeira Melo.....	68
FIGURA 4 -	Frame de publicação em vídeo de Ana Moser praticando Mat Pilates.....	69
FIGURA 5 -	Publicação de Ana Moser praticando Mat Pilates.....	71
FIGURA 6 -	Frame de publicação de Ana Moser.....	72
FIGURA 7 -	Frame de publicação de Ana Moser.....	74
FIGURA 8 -	Publicação de Anielle Franco ao lado de seu marido e filhas.....	78
FIGURA 9 -	Publicação de Anielle Franco trabalhando abraçada a sua filha.....	79
FIGURA 10 -	Publicação de Anielle Franco lembrando sua irmã Marielle.....	81
FIGURA 11 -	Publicação de Anielle Franco.....	82
FIGURA 12 -	Anielle Franco ao lado do presidente dos Estados Unidos.....	83
FIGURA 13 -	Publicação conjunta com o Min. das mulheres apresentando Cida.....	86
FIGURA 14 -	Cida Gonçalves em visita oficial ao Mato Grosso do Sul.....	87
FIGURA 15 -	Frame de Cida Gonçalves falando sobre as ofensas misóginas.....	88
FIGURA 16 -	Cida Gonçalves se manifesta sobre o assassinato de Sophia Leite.....	90
FIGURA 17 -	Cida Gonçalves se solidariza pelo falecimento de seu amigo.....	91
FIGURA 18 -	Cida Gonçalves fala sobre o ataque à creche em Blumenau.....	92
FIGURA 19 -	Publicação de Daniela Carneiro ao lado de Janja, Xuxa e outras ministras.....	96
FIGURA 20 -	Publicação de Daniela Carneiro em reunião com Zurab Pololikashvili.....	97
FIGURA 21 -	Publicação de Daniela Carneiro ao lado de sua família.....	98
FIGURA 22 -	Publicação de Daniela Carneiro comemorando seu aniversário.....	99
FIGURA 23 -	Publicação de Carneiro lembrando a conquista do voto feminino.....	100
FIGURA 24 -	Publicação de Esther Dweck em reunião ministerial.....	103
FIGURA 25 -	Esther Dweck ao lado de Gisele Szczyglak e Cida Gonçalves.....	104
FIGURA 26 -	Publicação de Esther Dweck sobre a posse de Ana Flávia Magalhães no Arquivo Nacional.....	105
FIGURA 27 -	Esther Dweck ao lado de Simone Tebet e Luciana Mendes.....	107

FIGURA 28 -	Publicação de Luciana Santos ao lado de Ricardo Galvão.....	110
FIGURA 29 -	Publicação de Luciana Santos ao lado de Daniel Filmus.....	111
FIGURA 30 -	Luciana Santos ao lado da bancada do PCdoB.....	112
FIGURA 31 -	Luciana Santos na entrega do prêmio Carolina Bori Ciência & Mulher....	113
FIGURA 32 -	Publicação de Luciana Santos celebrando o Carnaval de Recife.....	114
FIGURA 33 -	Publicação de Margareth Menezes ao lado da diretoria do Iphan.....	119
FIGURA 34 -	Frame do show de Margareth no Festival Verão.....	119
FIGURA 35 -	Frame do show de Margareth do DVD Voz e Talismã.....	120
FIGURA 36 -	Foto de Margareth Menezes desfilando pela Mangueira.....	121
FIGURA 37 -	Foto de Margareth Menezes dando um selinho em Gilberto Gil.....	122
FIGURA 38 -	Foto de Margareth Menezes com comunidade indígena de Cuiabá.....	124
FIGURA 39 -	Publicação de Marina Silva com Bernie Sanders, político norte-americano	127
FIGURA 40 -	Publicação de Marina Silva ao lado de John Kerry.....	128
FIGURA 41 -	Publicação de Marina Silva sobrevoando litoral de São Paulo durante tragédia.....	129
FIGURA 42 -	Publicação de Marina Silva em participação no Fórum Social Mundial....	131
FIGURA 43 -	Publicação de Marina Silva na Paixão de Cristo.....	132
FIGURA 44 -	Publicação de Marina Silva destacando a disparidade de gênero.....	134
FIGURA 45 -	Nísia Trindade posando ao lado de Margareth Dalcomo.....	136
FIGURA 46 -	Nísia Trindade posando ao lado de diversas autoridades.....	137
FIGURA 47 -	Nísia Trindade ao lado de padre Julio Lancellotti.....	138
FIGURA 48 -	Nísia Trindade posa ao lado de Zé Gotinha.....	139
FIGURA 49 -	Nísia Trindade sendo abraçada.....	140
FIGURA 50 -	Nísia Trindade junto de representantes do Miba.....	141
FIGURA 51 -	Frame de vídeo de Nísia Trindade ao lado de Maria Elizabeth Rocha.....	142
FIGURA 52 -	Publicação de Simone Tebet em reunião interministerial.....	146
FIGURA 53 -	Publicação de Tebet como capa da Revista Claudia No Mês da Mulher....	146
FIGURA 54 -	Simone Tebet posa ao lado de seu marido.....	147

FIGURA 55 -	Foto de Simone Tebet ao lado de Caruso.....	148
FIGURA 56 -	Publicação de Simone Tebet falando sobre violência sexual.....	149
FIGURA 57 -	Foto de Sonia durante a posse ministerial.....	153
FIGURA 58 -	Foto de Sonia Guajajara ao lado de Célia Xakriabá.....	154
FIGURA 59 -	Comitiva de governo em visita ao território Yanomami.....	155
FIGURA 60 -	Sonia Guajajara em visita ao Território Yanomami.....	156
FIGURA 61 -	Sonia Guajajara ao lado de Felipe Camarão.....	157
FIGURA 62 -	Sonia Guajajara ao lado de Rosa Weber e Creuza Maria de Oliveira.....	158
FIGURA 63 -	Sonia Guajajara recebendo bençãos de Raoni Metuktire.....	159
FIGURA 64 -	Frame de Sonia e seus filhos desejando felicitações à sua mãe.....	160

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 -	Percentual dos assuntos publicados por congressistas.....	37
GRÁFICO 2 -	Proporção de mulheres e homens na gestão de ministérios.....	48
GRÁFICO 3 -	Tendência de mulheres na gestão de ministérios.....	49
GRÁFICO 4 -	Presença feminina na gestão das grandes áreas ministeriais no Brasil.....	51
GRÁFICO 5 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Ana Moser no período analisado.....	70
GRÁFICO 6 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Anielle Franco no período analisado.....	84
GRÁFICO 7 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Cida Gonçalves no período analisado.....	93
GRÁFICO 8 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Daniela Carneiro no período analisado.....	101
GRÁFICO 9 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Esther Dweck no período analisado.....	107
GRÁFICO 10 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Luciana Santos no período analisado.....	115
GRÁFICO 11 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Margareth Menezes no período analisado.....	125
GRÁFICO 12 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Marina Silva no período analisado.....	133
GRÁFICO 13 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Nísia Trindade no período analisado.....	143
GRÁFICO 14 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Simone Tebet no período analisado.....	150
GRÁFICO 15 -	Porcentagem das tipologias apresentadas por Sonia Guajajara no período analisado.....	161

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 -	Dados gerais e número de postagens das ministras analisadas.....	54
QUADRO 2 -	Relação entre códigos e características arquetípicas.....	62
QUADRO 3 -	Aspectos analisados dos códigos arquetípos de Panke (2021) para o Instagram.....	64

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Ana Moser.....	75
TABELA 2 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Anielle Franco.....	85
TABELA 3 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Cida Gonçalves.....	93
TABELA 4 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Daniela Carneiro...	101
TABELA 5 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Esther Dweck.....	108
TABELA 6 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Luciana Santos.....	116
TABELA 7 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Margareth Menezes.....	125
TABELA 8 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Marina Silva.....	133
TABELA 9 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Nísia Trindade.....	143
TABELA 10 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Simone Tebet.....	150
TABELA 11 -	Divisão mês a mês da predominância das tipologias - Sonia Guajajara.....	161
TABELA 12 -	Média geral de projeção das tipologias.....	163

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	18
2	DO ESPAÇO PÚBLICO AO DIGITAL: COMUNICAÇÃO POLÍTICA, IMAGEM PÚBLICA E O INSTAGRAM.....	24
2.1	DISCUSSÕES SOBRE COMUNICAÇÃO POLÍTICA.....	24
2.2	COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL EM FOCO.....	27
2.3	ETHOS, IMAGEM PÚBLICA E PROJEÇÃO DE IMAGEM.....	31
2.4	PERSONALISMO E O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO.....	36
3	MULHERES, LIDERANÇAS E ESTEREÓTIPOS.....	40
3.1	POLÍTICA, MISOGINIA E PATRIARCADO.....	40
3.2	ARQUÉTIPOS E ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO.....	43
3.3	LIDERANÇA FEMININA: MULHERES NA POLÍTICA.....	47
4	MATERIAIS, MÉTODOS E RESULTADOS.....	53
4.1	GUERREIRAS, MATERNAIS E PROFISSIONAIS.....	54
4.1.1	A Guerreira.....	56
4.1.2	A Maternal.....	57
4.1.3	A Profissional.....	58
4.2	ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	59
4.3	A IMAGEM PÚBLICA DAS MINISTRAS DO GOVERNO FEDERAL.....	66
4.3.1	Ana Moser - ministra do Esporte.....	66
4.3.2	Anielle Franco - ministra da Igualdade Racial.....	75
4.3.3	Cida Gonçalves - ministra das Mulheres.....	85
4.3.4	Daniela Carneiro - ministra do Turismo.....	94
4.3.5	Esther Dweck - ministra da Gestão e Inovação em Serviços Públicos.....	102
4.3.6	Luciana Santos - ministra da Ciência, Tecnologia e Informação.....	108
4.3.7	Margareth Menezes - ministra da Cultura.....	117
4.3.8	Marina Silva - ministra do Meio Ambiente.....	126
4.3.9	Nísia Trindade - ministra da Saúde.....	134

4.3.10	Simone Tebet - ministra do Planejamento e Orçamento.....	144
4.3.11	Sonia Guajajara - ministra dos Povos Indígenas.....	151
5	DISCUSSÕES DOS RESULTADOS.....	163
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	166
	REFERÊNCIAS.....	172

1 INTRODUÇÃO

A história das mulheres na sociedade é marcada pelo impedimento, que limita sua contribuição por meio de vivências, perspectivas e experiências, no que Gerda Lerner (2019) chama de “fazer a História”, referindo-se ao processo de significação, ordenação e interpretação dos fatos históricos. De acordo com a autora, as restrições impostas às mulheres na criação das civilizações demarcam a marginalização feminina na sociedade, na qual, mesmo em maior número, são colocadas como minoria à margem dela.

Da mesma forma, Pierre Bourdieu (2002) argumenta que a moral feminina construída pela sociedade misógina se impõe pela incessante disciplina sobre o corpo, as roupas, o comportamento e no seu papel social submisso às ordens masculinas, “[...] como se a feminilidade se medisse pela arte de se fazer pequena [...], enquanto os homens tomam maior lugar com seu corpo, sobretudo em lugares públicos” (Bourdieu, 2002, p.37), como no Estado e nas posições de liderança política. Com histórias apagadas, “o que as mulheres fizeram e vivenciaram ficou sem registro, tendo sido negligenciado, bem como a interpretação delas, que foi ignorada” (Lerner, 2019, p. 23), como abordaremos de forma aprofundada no capítulo três, “Mulheres, Lideranças e Estereótipos”.

Nesse contexto, mesmo conquistando espaços na sociedade e posições de poder na política brasileira, as mulheres que decidem integrar a política são condenadas por seu modo de agir, questionadas pela sua aparência, pela sua sexualidade, tendo seu valor e respeito indagados, de acordo com Luciana Panke (2016). A autora expõe que a sexualidade e a liberdade feminina sempre foram alvos de estigmas, proibições e até pena de morte em culturas que controlavam o corpo feminino e suas próprias vontades. Como exposto por Virgínia García Beaudoux (2015), as mulheres encontram dificuldades ainda maiores para que suas imagens sejam vistas de forma positiva ao adentrarem espaços políticos e, principalmente, manterem seus cargos de liderança.

A inserção das mulheres na esfera política, historicamente dominada por homens, enfrenta uma série de desafios, pois “[...] a política partidária ainda é vista como uma atividade masculina, apesar de, no Brasil, a média de filiação de mulheres ser de 45%. A entrada das mulheres nesse espaço provoca medo nos homens, pois equivaleria a perder uma posição já garantida” (Panke, 2016, p. 54). Isso se deve, principalmente, à construção social dos gêneros e os papéis considerados femininos e masculinos (Panke, 2016; Bourdieu, 2002), já que o espaço político de poder é considerado um ambiente “masculino”, de dominação e repressão, legitimando a relação de dominação e o retrato da mulher como inferior.

Quando analisamos o cenário político brasileiro e a participação feminina na política, houve uma inclusão na Lei das Eleições, em 2009, tratando do preenchimento de vagas para cada partido ou coligação, que “[...] preencherá o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo” (Planalto, 2009)¹, além de destinar, por meio da Emenda Constitucional nº 117, 30% dos recursos públicos para campanhas eleitorais femininas. Porém, quando falamos do Poder Executivo, não há legislações que definam um número mínimo de mulheres ocupando suas chefias, o que torna evidente a baixa participação feminina em altos cargos políticos e a dificuldade de as mulheres ingressarem em tais posições de poder.

Tal contexto se reflete no número de mulheres que já chefiaram ministérios no governo federal. Apenas na presidência de João Figueiredo (1979 - 1985), último presidente do período da Ditadura Militar, o país teve sua primeira Ministra da República: Esther de Figueiredo Ferraz. Ela esteve à frente da pasta da Educação e regulamentou a implementação de percentuais mínimos obrigatórios para a aplicação e retirada dos recursos arrecadados com impostos, de acordo com a Galeria de Ministros (2023)² e O Globo (2008)³.

Esther também foi a primeira mulher a lecionar na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo e a primeira reitora de uma universidade no Brasil, a Universidade Mackenzie, conforme apontado pelo Jornal Opção⁴ (2023). Uma participação ímpar na política brasileira, mas com a sua história desbotada pela disparidade em posições de poder, sendo a primeira de poucas. No capítulo 3, apresentaremos um mapeamento de todas as mulheres que já estiveram em posição de chefias ministeriais durante o período democrático brasileiro, o que auxiliará no entendimento das disparidades ainda enfrentadas por elas no ambiente político e, especificamente, no cargo executivo em questão.

Tendo isso em vista, mesmo conquistando espaços, a violência sofrida por mulheres políticas é vislumbrada em inúmeras ações, como na insinuação “de que uma mulher está na política por causa de ‘favores’ a um homem e não por sua capacidade” (Panke, 2016, p.44), relacionando comentários depreciativos ao seu comportamento e capacidade profissional, impactando a imagem pública dessas mulheres. O machismo, assim, constitui um conjunto de manobras capazes de reafirmar políticas autoritárias de modo a silenciar e desvalorizar

¹ Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 5 de jan. 2025.

² Fonte: <https://www.gov.br/mec/pt-br/aceso-a-informacao/institucional/galeria-de-ministros/ministra-esther-de-figueiredo-ferraz>. Acesso em: 8 mar. 2024.

³ Fonte: <https://extra.globo.com/noticias/brasil/morre-esther-ferraz-primeira-ministra-do-brasil-580642.html>. Acesso em: 8 mar. 2024.

⁴ Fonte: <https://www.jornalopcao.com.br/colunas-e-blogs/periscopio/a-historia-de-ester-figueiredo-ferraz-primeira-mulher-a-ocupar-cadeira-na-oab-e-a-ser-reitora-493539/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

discursos políticos femininos, produzindo modos de interdição em suas falas, como abordam Barros e Busanello (2019). Em entrevista com Panke (2016), a ex-deputada boliviana Marcela Revollo⁵ afirma que: “[...] quando tua palavra não vale nada, estão dizendo qual é o teu lugar. Quando você fala e eles fazem gestos de descaso, te dizem que este não é o seu lugar. Os homens fazem essa forma de discriminação”, evidenciando o preconceito enraizado na política. Assim, a comunicação política acaba reproduzindo estranhamentos quando mulheres participam de pleitos políticos, disputam cargos públicos ou se posicionam de forma séria e profissional, caracterizando o seu envolvimento como uma forma de intromissão no espaço tradicionalmente masculino (Panke, 2016; Carvalho; Kniess; Fontes, 2016; Beaudoux, 2015).

Nesse sentido, tais impedimentos podem refletir na imagem pública projetada por mulheres que participam da política, impactando sua forma de se comunicar na medida em que, como exposto por Panke (2016), acabam tendo que reafirmar recorrentemente sua atuação, capacidade técnica e profissionalismo em decorrência do machismo estrutural da sociedade, que as coloca como “menos aptas” a assumirem espaços de poder. Para isso, é fundamental compreendermos como elas trabalham suas comunicações pessoais, observando o aparecimento das tipologias Guerreira, Maternal e Profissional (Panke, 2016) e os estereótipos de gênero projetados em suas imagens públicas no Instagram.

Dessa forma, analisamos nesta pesquisa os perfis pessoais das ministras do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2023-atual) na plataforma em questão. Uma vez que as ministras são pessoas públicas, entendemos que esses perfis atuam como um ambiente para informar sobre os trabalhos realizados frente às pastas, agendas ministeriais, visitas nacionais e internacionais e particularidades de suas vidas privadas. Além disso, todas as mulheres do cargo fazem parte da política de forma profissional dentro de suas próprias perspectivas, sejam elas filiadas a partidos políticos ou não, atuando desde no gerenciamento de ONGs, projetos sociais ou presidindo instituições, tornando suas imagens mais complexas ao combinar esses diferentes aspectos. Outrossim, justamente por o Instagram se constituir como a segunda rede social mais utilizada no Brasil, o alcance da comunicação das ministras é ampliado, visto que cerca de 89,8% de pessoas com acesso à internet são usuárias da plataforma, ficando atrás apenas do WhatsApp, que ocupa o primeiro lugar na lista, de acordo com dados do Data Reportal⁶ de 2023.

⁵ Entrevista realizada por Luciana Panke (2016), em 26/08/2014, para o livro “Campanhas Eleitorais para Mulheres: desafios e tendências”.

⁶ Global Overview Report Digital in 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 4 mar. 2024.

Assim, por meio das tipologias Guerreira, Maternal e Profissional propostas pela autora, poderemos compreender como se dá a projeção da imagem pública das ministras do governo federal em suas contas oficiais no Instagram durante os seus 100 primeiros dias de chefia, buscando responder à seguinte pergunta: de que forma os arquétipos de gênero de Panke (2016) aparecem na projeção da imagem pública das ministras do governo Lula? O período em questão, conhecido popularmente como a “lua de mel” de um novo governo, é considerado um marco na administração pública, servindo como um momento de prestação de contas da gestão e de suas chefias, que buscam apresentar projetos e ações realizadas. Nesse sentido, a imagem pública teria o papel de projetar a imagem idealizada da governança durante esse período de maior visibilidade, buscando o apoio e conhecimento de novos espectadores (Weber, 2009).

Para isso, este estudo tem como objetivos específicos: a) estudar a comunicação política e comunicação governamental, discutindo sobre imagem pública, personalismo e uso do Instagram; b) apresentar um histórico de todas as mulheres que já chefiaram ministérios durante o período democrático brasileiro, desde o governo de José Sarney (1985) até o atual governo Lula (2023), conforme citamos anteriormente; c) versar sobre estereótipos femininos de gênero, entendendo seu papel na imagem pública no ambiente político, além da luta por participação política de mulheres; d) por fim, iremos verificar as formas de utilização da comunicação pelas chefias analisadas, compreendendo de que forma os arquétipos de Panke (2016) aparecem em suas publicações, relacionando-os com sua imagem, contexto e trajetória no ambiente político.

A fim de cumprir tais objetivos, foi escolhido o estudo de caso como modalidade de pesquisa, ocorrendo de forma qualitativa e quantitativa. A primeira, de caráter qualitativo, busca analisar em profundidade um determinado objeto dentro do seu contexto real que, neste caso, são os perfis oficiais do Instagram das ministras. Já na segunda etapa, de forma quantitativa, aplicaremos a Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (1977) e as tipologias de Campanhas Femininas de Panke (2016, 2021), em que a autora categoriza três formas de imagem: Guerreiras, Maternais e Profissionais. Com o uso das tipologias e da Análise de Conteúdo, classificaremos cada postagem de acordo com os arquétipos em questão, compreendendo de que forma cada ministra da República projetou sua imagem durante os 100 primeiros dias de governo, considerando o período de destaque midiático.

Destaca-se que o terceiro governo de Luiz Inácio Lula da Silva, conhecido como Lula III, possui 38 diferentes pastas ministeriais, das quais apenas 11 eram lideradas por

ministras, cerca de 29%⁷ do total. As ministras em questão são: Ana Moser (sem partido), ministra dos Esportes; Anielle Franco (PT), ministra da Igualdade Racial; Cida Gonçalves (PT), ministra das Mulheres; Daniela Carneiro (União Brasil), ministra do Turismo; Esther Dweck (sem partido), ministra da Gestão e Inovação; Luciana Santos (PCdoB), ministra da Ciência; Margareth Menezes (sem partido), ministra da Cultura; Marina Silva (REDE), ministra do Meio Ambiente; Nísia Trindade (sem partido), ministra da Saúde; Simone Tebet (MDB), ministra do Planejamento; e Sonia Guajajara (PSOL), ministra dos Povos Indígenas.

Apesar de nem todas as ministras possuírem partidos políticos, atuam de forma profissional politicamente em outras áreas como citamos anteriormente, fazendo parte da política além dos cargos eletivos ou indicados. Além disso, vale ressaltar que no presente estudo não abordaremos questões envolvendo a interseccionalidade apesar da presença de mulheres negras, indígenas e de diferentes classes sociais, uma vez que essa pauta busca estudar as diferentes categoria identitárias como raça, gênero, classe, orientação sexual, entre outras, e a forma como as pessoas são afetadas pelos diferentes fatores e desigualdades, não correspondendo ao nosso foco de estudo nesse momento.

Por conseguinte, esta dissertação está estruturada da seguinte maneira. No primeiro capítulo teórico, denominado “Do espaço público ao digital: comunicação política, imagem pública e o Instagram”, discutimos sobre a comunicação política, compreendendo as diferentes visões sobre o tema para que, no subcapítulo “Comunicação Governamental em Foco”, possamos evidenciar as principais características, definições e atuações da comunicação governamental. Já os subcapítulos 2.3 e 2.4 se destinam às discussões sobre *ethos*, imagem pública e projeção de imagem dos atores políticos, compreendendo suas relações com as tipologias arquetípicas de Panke (2016) e os imaginários sociais que baseiam a imagem desenvolvida, além do uso do Instagram como ferramenta de comunicação.

No capítulo “Mulheres, lideranças e estereótipos”, debatemos sobre as origens do patriarcado, questões que envolvem a misoginia, representações e posições de poder. Neste capítulo, nos aprofundamos nas questões que tangem os estereótipos de gênero, a busca por participação política e ampliação de mulheres em cargos de liderança, por meio dos estudos de Panke (2016) e Biroli (2018). Também, mapeamos as mulheres que chefiaram ministérios no governo federal brasileiro durante a Nova República (1985 - hoje), abrangendo os gabinetes de José Sarney (1985 - 1990) até o governo atual de Lula (2023 - atual).

⁷ Para a pesquisa, iremos considerar as ministras que estiveram à frente da chefia ministerial durante os 100 primeiros dias de governo. Assim, Ana Moser e Daniela Carneiro, que foram retiradas do cargo, ainda entram no período de análise, considerando que Moser foi demitida no dia 6 de setembro de 2023, Carneiro no dia 14 de julho de 2023 e Trindade no dia 25 de Fevereiro de 2025.

Por fim, apresentamos a metodologia do estudo, com as técnicas, os resultados e considerações finais, retomando os objetivos e a pergunta de pesquisa exposta anteriormente.

Ademais, a importância do estudo reside nas contribuições acadêmicas para a linha de pesquisa em Comunicação e Política, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, futuros estudos sobre a imagem pública de mulheres no poder, servindo como base para o planejamento e execução de ações, debates e desenvolvimento da imagem para aquelas que buscam participar da política. Logo, nos propomos a auxiliar no entendimento da constante mudança vivida pela sociedade, na qual a comunicação desempenha um papel crucial, podendo tanto reforçar estereótipos e obstáculos como proporcionar oportunidades para que mulheres ocupem posições de destaque e influência, contribuindo para o entendimento da forma como mulheres em posições de poder projetam sua imagem e de que maneira os arquétipos de gênero aparecem em suas figuras públicas.

2 DO ESPAÇO PÚBLICO AO DIGITAL: COMUNICAÇÃO POLÍTICA, IMAGEM PÚBLICA E O INSTAGRAM

Neste capítulo, delinearemos os conceitos que permeiam a comunicação política, apresentando sua abrangência, compreendendo seus significados, ligações e discussões. Portanto, em um primeiro momento, explicaremos a comunicação como uma grande área, conceituando objetivamente sua aplicação e dimensões para, posteriormente, adentrarmos de fato na comunicação política. A partir disso, abordaremos as principais visões sobre o tema, seu funcionamento como um processo comunicativo e sua configuração como parte central de toda a unidade política.

Em seguida, no tópico 2.2, exploraremos as concepções de comunicação governamental, foco deste trabalho, analisando seu papel fundamental na divulgação das ações do governo e governantes, no reforço de interesses e na construção de sua credibilidade institucional, como abordado por Riorda (2013) e Luz e Weber (2017). Essas reflexões auxiliarão no aprofundamento da análise sobre a imagem pública das ministras do governo Lula, relacionando seu papel central às tipologias de campanhas femininas de Panke (2016).

Além disso, finalizaremos com um tópico dedicado às noções sobre comunicação governamental, apontando o estado da arte sobre comunicação dos ministérios e uma possível conceituação sobre comunicação ministerial, visto que há pouca produção bibliográfica sobre o tema e a própria inexistência deste termo específico, considerando ainda sua relação com a comunicação governamental e política.

O subcapítulo 2.3, por sua vez, discorreremos sobre *pathos*, *ethos* e *logos*, trazendo diferentes contribuições para a discussão sobre a imagem pública e projeção de imagem, além do impacto das mídias sociais na percepção dos atores políticos. Já no tópico 2.4, abordaremos o uso do Instagram como ferramenta de comunicação política e personalismo, reunindo dados atuais sobre a plataforma e novos estudos que investigam o uso da plataforma na imagem pública de políticos e sua influência no personalismo, principalmente no contexto brasileiro.

2.1 DISCUSSÕES SOBRE COMUNICAÇÃO POLÍTICA

A comunicação é entendida a partir de conceitos globalizantes, abarcando sentidos distintos que atuam em seu interior como segmentos que a constituem e conceituam. Como abordado por Vera França e Paulo Simões (2016), ela compreende não apenas as atividades

cotidianas vivenciadas, mas também as dimensões institucionalizadas pela sociedade, que atuam naturalmente em nossos sistemas de sobrevivência. De acordo com os autores, “o jornal diário, a televisão, o rádio, a internet se incorporaram naturalmente em nossas casas e nossas vidas, assim como o outdoor já faz parte do cenário da cidade e as imagens de filmes fazem parte de nossas memórias” (França; Simões, 2016, p. 19).

Da mesma forma, para José Luiz Braga (2016), a comunicação, justamente por sua diversidade, abranje diferentes áreas, ideias, epistemologias e teorias das ciências humanas, estando em constante formação e desenvolvimento. Por meio de suas múltiplas dimensões de atuação – sensível, concreta e material –, diferentes formas de conhecimento são desenvolvidas, reconfigurando a maneira como analisamos, explicamos e dominamos os fenômenos comunicativos, como discorrem França e Simões (2016).

O processo comunicativo e sua prática compreendem elementos que relacionam interlocutores e materialidades simbólicas, como a produção discursiva, seu contexto e inserção em uma estrutura sócio-histórica particular, nos quais se estabelecem relações diversificadas, desde o posicionamento dos indivíduos interlocutores até suas simbologias e construção de sentido (Braga, 2016; França; Simões, 2016).

De acordo com Renato Pereira (2013), ao evidenciar um processo no qual há a conexão entre diferentes sujeitos, coletivos, instituições e objetos que atuam como canais de mediação, a comunicação deixa suas marcas e conjunturas na realidade contemporânea, à medida que depende dos indivíduos para se dinamizar. Justamente por essa relação (Pereira, 2013; França; Simões, 2016), indivíduos, comunidades e organizações mobilizam “[...] tanto assuntos discutidos em momentos distintos que resgatados ou prorrogados de uma outra ocasião tornam a ser rediscutidos, como também constituírem a comunicação sobre as discordâncias dos pontos de vistas que cada um tem, ponderando e deliberando” (Pereira, 2013, p. 2), sendo capazes de propagar temas para diferentes pessoas e contextos.

França e Simões (2016), nesse sentido, apontam que cada extensão e subdivisão criada pela comunicação acaba por ganhar uma identidade própria por meio de suas formas particulares de difusão, características e produções, abrangendo diversas áreas acadêmicas. Em consequência disso, compreendemos a comunicação política como o conjunto de mensagens e informações veiculadas dentro de um sistema político, no qual, como pautado por Ângelo Panebianco (1998), ela se configura como parte central de toda a unidade política. Da mesma forma, Ismael Crespo *et al.* (2011) explicam que a comunicação política pode ser entendida como um processo que relaciona o envio de informações à mensagem recebida,

cuja intenção do emissor é trocar conhecimentos, fomentar atitudes e até mesmo ditar a conduta dos indivíduos de uma sociedade, como ocorre na atuação de líderes de opinião.

Como abordado por Panebianco (1998), a atuação dos líderes de opinião é fundamental para a transmissão de mensagens dentro de um sistema político, influenciando as opiniões públicas. Ao evidenciarmos o papel das mídias sociais na formação da opinião pública e a relevância de contas oficiais para grandes comunidades, destacamos sua função também como formadoras de opinião, a exemplo das ministras estudadas nesta pesquisa.

Assim, como discutem os autores, a comunicação política atua na manutenção e adaptação de um sistema político, estando presente em diversas formas de conversação: contatos informais entre indivíduos, opinião pública, líderes de opinião e, claro, os meios de comunicação de massa. A transmissão de mensagem possibilitada pelo *mass media*, sua qualidade e frequência “[...] são decisivos para a formação das atitudes da opinião pública e, conseqüentemente, para o tipo de pressões que ela exerce sobre os centros decisórios do sistema político” (Panebianco, 1998, p. 201).

Dessa forma, o conjunto de mensagens mediatizados em um sistema político acabam por atuar de maneira intrínseca como um processo de decisão política, em que os canais de comunicação – principalmente aqueles alinhados aos valores e às expectativas do próprio governante – são direcionados a debater a opinião pública, temas considerados relevantes pelas comunidades e informações governamentais (Panebianco, 1998). Para Crespo *et al.* (2011), a comunicação política evita o isolamento do debate político, ao mesmo tempo em que integra temas de interesses geral para facilitar esse processo de debate:

A comunicação política evita o isolamento do debate político em si mesmo, integrando temas de diversas naturezas que adquirem interesse político e facilitando o processo contínuo de seleção, hierarquização e eliminação, proporcionando elasticidade suficiente ao sistema político. Ela serve para direcionar a principal contradição do sistema político democrático: alternar um sistema de abertura para novos problemas com um sistema de fechamento, destinado a evitar que tudo esteja em debate permanente (Crespo *et al.*, 2021, p. 131, tradução nossa)⁸.

Por conseguinte, como defendido por Espírito Santo e Figueiras (2010) e Lima (2017), as estratégias de comunicação política são pautadas nas relações existentes entre partidos, seus líderes e o eleitorado, mediatizados pelos meios de comunicação social, sejam os tradicionais, como cartazes e a televisão, ou as mídias digitais em expansão, como o

⁸ Texto original: La comunicación política evita la reclusión del debate político en sí mismo integrando temas de toda índole que adquieren interés político y facilita el proceso permanente de selección, jerarquización y eliminación, que brinda elasticidad suficiente al sistema político. Sirve para dirigir la principal contradicción del sistema político democrático: hacer alternar un sistema de apertura a los problemas nuevos con un sistema de cierre destinado a evitar que todo esté en debate permanente.

Instagram. Dessa forma, Crespo *et al.* (2011) traçam três funções da comunicação política: a primeira está na identificação de novos problemas que surgem na sociedade e afetam os indivíduos; a segunda função favorece a integração do debate político e a legitimidade dos discursos; e, por fim, a terceira função facilita a exclusão de temas considerados consensuais, ainda que de forma temporal, destacando a importância da adaptação da comunicação política às demandas e mudanças em um sistema político ou nos próprios meios de comunicação, exigindo a revisão das estratégias adotadas por uma governança.

Os conjuntos de estratégias que constituem a comunicação política, portanto, estão voltados aos interesses políticos relacionados a um governo, projetos de lei ou ideias, consolidando-se como uma construção permanente. Assim, a comunicação política serve de base para outras formas de comunicação relacionadas, como a comunicação eleitoral, partidária, parlamentar e governamental, foco do tópico a seguir.

2.2 COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL EM FOCO

Como citado anteriormente, ao compreendermos a comunicação política e suas subdivisões, entendemos a comunicação governamental como parte desse processo, no qual o foco recai sobre as ações de governos e governantes, conforme exposto por Panke (2021)⁹. De acordo com Ana Javez Luz e Maria Helena Weber (2017), a comunicação governamental possui o papel fundamental de agir em favor da transparência da gestão pública, podendo reforçar seus interesses públicos em defesa do bem comum. Atuando para garantir a credibilidade de um governo, “[...] a democracia contemporânea mantém estruturas oficiais de comunicação, empenhadas na produção de informações jornalísticas e institucionais, de propaganda e ações estratégicas [...]” (Luz; Weber, 2017, p. 2), como ocorre nas redes sociais oficiais das ministras do governo federal, foco deste estudo.

Já para Mario Riorda (2013), a comunicação governamental está ligada à capacidade de um governo gerar apoio a suas ações e informar a população de maneira clara e persuasiva. Para isso, a gestão deve estabelecer o que autor chama de “condições de governabilidade”, entendidas como “[...] a aplicação de técnicas e estratégias para os governos, assim como de procedimentos, análises, reflexões e cálculos que permitem exercer o poder governamental nas melhores condições possíveis” (Riorda, 2013, p. 61, tradução nossa)¹⁰.

⁹ Aula lecionada no segundo semestre de 2023, na disciplina Mídia e Eleições, ministrada no PPGCOM/UFPR.

¹⁰ Texto original: “[...] el aporte de técnicas y estrategias para los gobiernos, así como de procedimientos, análisis, reflexiones y cálculos que permiten ejercer en las mejores condiciones posibles el poder gubernamental”

Dessa maneira, a governabilidade possibilita ações transversais que permeiam todas as instâncias governamentais, desde os Ministérios do governo federal até suas subdivisões, como secretarias e os próprios agentes políticos envolvidos. Justamente pelas suas diferenças conceituais e práticas em relação à comunicação política, Riorda (2013) argumenta que é preciso abordar, investigar e executar a comunicação governamental a partir de suas particularidades.

A comunicação governamental, logo, se consolida nas instituições a partir da visibilidade e credibilidade dos processos que a envolvem, abrangendo a comunicação e o debate público. “Identificada como a comunicação pública dos poderes é a instância que desequilibra a centralidade da comunicação mediática na produção de insumos que possibilitam a formação da Imagem Pública” (Weber, 2009, p. 19), operacionalizando estratégias capazes de fomentar discursos, gerar repercussão e criar visibilidade nas mais diversas mídias, conforme argumenta a autora.

Para a consolidação da comunicação governamental eficaz, como abordado por Mario Riorda (2013) e Mariângela Furlan Haswani (2006), duas funções basilares devem ser priorizadas: a atribuição de valores em uma sociedade e a manutenção constante destes valores. Segundo os autores, é fundamental que tais atribuições sejam justificadas e legitimadas, visto que a insustentabilidade das ações governamentais pode resultar na deslegitimação do exercício do poder. A população, então, tem a possibilidade de promover mudanças solicitando reconstruções institucionais, seja no âmbito do Estado ou da cidadania.

Tal como defendido pelos autores anteriores e discutido por Crespo *et al.* (2013), a comunicação governamental assume a responsabilidade de gerar consensos e viabilizar uma boa gestão. Isso ocorre na medida em que as sociedades possuem sistemas de crenças e conhecimentos comuns sobre princípios, valores e normas sociais, buscando sempre aprimorar a administração pública e desenvolver e executar políticas públicas nas melhores condições possíveis. Da mesma forma, a comunicação governamental envolve um processo “[...] complexo entre governantes, público interno, público externo apoiador, público externo opositor e grupos de pressão” (Panke; Quevedo; Joay, 2024, p. 2), no qual o governo se encarrega de gerir a comunicação para possibilitar acordos e fortalece sua imagem pública perante a população, como apontam as autoras.

Para que sua implementação seja concretizada e a governabilidade de um Estado facilitada, Riorda (2013) discorre sobre quatro pressupostos para possibilitar uma compreensão integral da comunicação governamental. O primeiro trata da consubstancialidade entre a política e a comunicação, enfatizando a necessidade de estudar

ambos os campos, compreendendo as ferramentas modernas e a importância da comunicação para a política. O segundo pressuposto aborda as políticas de acesso à informação e o direito fundamental dos indivíduos de comunicar fatos reais. Nesse contexto, a comunicação governamental detém a função de informar e garantir esse acesso, seja por meio da propaganda governamental ou das declarações dos próprios governantes.

Por exemplo, durante a pandemia de Covid-19, houve uma proliferação de *fake news* influenciadas pela postura negacionista adotada pelo então presidente Jair Bolsonaro, que reforçava tais comportamentos. “Os discursos disseminados promoveram ações e comportamentos contrários às orientações de autoridades da saúde, somados a falta de campanhas publicitárias governamentais que instruísem a população” (Joay; Tomita, 2023, p.14), impossibilitando que informações verídicas, com dados e comprovações científicas, chegassem até a população.

Por conseguinte, a terceira e quarta suposições abordam o diálogo entre a ética e o pragmatismo, estabelecendo diálogos contínuos com a população e atendendo suas demandas, como abordado anteriormente por Haswani (2006). Garantir a transparência das ações do governo e das tomadas de decisão é fundamental para que se estabeleça uma boa gestão e, conseqüentemente, uma comunicação governamental positiva (Riorda, 2013).

Esses diferentes pressupostos envolvem variáveis fluxos da comunicação governamental, que constitui uma extensa rede de atuação de forma interna ou externa, como discorrem Panke, Quevedo e Joay (2024). Para as estudosas, a comunicação governamental se divide em fluxos internos voltados à padronização de condutas, capacitações e à manutenção das equipes, a fim de que estejam sempre informadas sobre questões pertinentes. Já o fluxo externo se divide em dois aspectos: a imagem do governante e a imagem do governo, que devem estar em harmonia para evitar contradições ou estranhamentos. Esse tema será aprofundado no próximo capítulo, quando abordaremos a imagem pública dos atores políticos.

Tendo em vista a discussão anterior sobre comunicação política e governamental, assim como a pesquisa de materiais para a realização desta pesquisa, ressaltamos a escassez de abordagens específicas sobre a comunicação dos ministérios e ministras(os). Há uma lacuna na literatura quanto às principais características dessa comunicação e à possível definição de comunicação ministerial. Consideremos, por exemplo, o Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)¹¹, um dos maiores acervos científicos brasileiros e que reúne mais de 38 mil periódicos de diferentes áreas, com

¹¹ Link para acesso do portal CAPES: <https://www-periodicos-capes-gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br/>.

cerca de 396 bases de dados de conteúdos, que abrangem normas técnicas, teses, dissertações, livros, entre outros, de acordo com dados da própria plataforma¹². Ao realizarmos um estado da arte no portal utilizando as palavras-chave “comunicação” e “ministério” na área das Ciências Sociais Aplicadas, à qual pertence este estudo, obtivemos 552 resultados dos mais diferentes tipos de recursos.

No entanto, ao analisarmos de forma pontual os 100 primeiros resultados, identificamos que apenas um estudo buscou analisar a comunicação de um ministério. Intitulado “A netnografia da representatividade negra numa estratégia de comunicação institucional de saúde.”¹³, a análise investiga como o perfil oficial do Ministério da Saúde no Instagram apresenta a população negra, questionando se a abordagem se aproxima mais do racismo institucional ou da promoção da igualdade racial. Contudo, o embasamento teórico utilizado focou apenas no uso da comunicação institucional, sem vincular essa repartição do governo aos conceitos de comunicação política e governamental.

Os demais estudos encontrados tratavam da cobertura jornalística dos ministérios, campanhas específicas e datadas promovidas pelas pastas, transparência governamental ou ações realizadas pelos órgãos, totalizando um total de 14 estudos em 100 primeiros resultados. Muitos dos recursos encontrados entre os 552 resultados não foram tabulados, pois abordaram temas fora do escopo da comunicação ministerial, como o Ministério Público, Ministério da Felicidade dos Emirados Árabes Unidos ou comunicações internas do Ministério da Saúde com notificações de doenças para hospitais e demais organizações de saúde, que fogem do escopo da comunicação dos ministérios. A planilha completa pode ser consultada no link indicado na nota de rodapé¹⁴.

Diante das noções discutidas anteriormente, podemos compreender, em um primeiro momento, que a comunicação ministerial pode ser retratada como essencial para informar e divulgar o trabalho dos ministérios, aproximando-os aos cidadãos e buscando projetar uma imagem pública positiva, seja do órgão ou de sua chefia. Essa comunicação pode envolver relações com o Estado, secretarias de governo, lideranças, organizações – como ONGs, eventos, instituições, empresas – e claro, com a sociedade. No entanto, para conceituar a comunicação ministerial de forma mais precisa, seria necessário aprofundar a pesquisa, explorando aspectos como imagem pública e *ethos* político, além de estabelecer conexões

¹² Fonte: <https://www-periodicos-capes-gov-br.ezl.periodicos.capes.gov.br/index.php/sobre/quem-somos.html>. Acesso em 29 jun. 2024.

¹³ Disponível em: <https://encurtador.com.br/nXcx5>. Acesso em 27 jun. 2024.

¹⁴ Link para acesso da planilha:

https://drive.google.com/drive/folders/127ackjCBo5GqgL-_u8-DkD1rNVfsXLfZ?usp=sharing.

com a projeção da imagem das ministras(os) e de seus respectivos ministérios, o que demanda novos estudos com esse enfoque.

2.3 ETHOS, IMAGEM PÚBLICA E PROJEÇÃO DE IMAGEM

Antes de adentrarmos, de fato, nas questões que envolvem a imagem pública, é necessário discutir de forma pontual a retórica aristotélica e a criação do *pathos*, *ethos* e *logos*, pois esses conceitos servem de base para a compreensão da imagem pública em Charaudeau (2013); além disso, caracterizam-se como três fundamentos essenciais para a argumentação, a percepção do público e o convencimento dos indivíduos sobre determinado tema, crença ou ideia.

Para Glaucia Peçanha Alves (2022) e Almeida Junior (2009), a retórica aristotélica refere-se à capacidade de descobrir o que é adequado para persuadir, sendo dividida em quatro etapas: invenção, disposição, elocução e ação. Aqui, abordaremos exclusivamente as provas técnicas da primeira fase, composta pelo *pathos*, *logos* e, em especial, o *ethos*. Essas três técnicas, para a autora, garantem a efetividade da persuasão do ato discursivo, envolvendo o caráter moral, como o ouvinte é disposto e a própria forma com que o discurso é demonstrado e percebido.

O *pathos* está relacionado às questões afetivas e às emoções na medida em que se busca atingir as questões emocionais do indivíduo e conquistar sua adesão à argumentação, de acordo com Aristóteles (2005). “As emoções são as causas que fazem alterar os seres humanos e introduzem mudanças nos seus juízos, na medida em que elas comportam dor e prazer [...]” (Aristóteles, 2005, p. 160), fazendo o sentir por meio do discurso, despertando e controlando as emoções dos ouvintes. Joelson Nascimento (2015) cita as treze paixões descritas por Aristóteles: ira, calma, amizade e inimizade, temor, confiança, vergonha e desvergonha, amabilidade, piedade, indignação, inveja e emulação. Cada uma delas pode modificar o estado emocional da plateia, desencadeando diferentes reações e emoções.

Por conseguinte, o *logos* é descrito por Aristóteles (2005) como oposto ao *pathos*, pois se vincula a questões que envolvem a racionalidade e a lógica. Para o autor, o *logos* constitui uma “prova proposital”, na qual o orador demonstra a verdade por meio do discurso, com o objetivo de persuadir e afirmar suas ideias. “Os locutores usam o *logos* para convencer o auditório de seus argumentos apresentando fatos, utilizando a lógica ou a razão. Usam argumentos como dados, estatísticas, exemplo etc. para convencer em vez de tentar apelar para as emoções ou sentimentos [...]” (Alves, 2022, p. 60). Como nosso objetivo não é

aprofundar a análise a respeito do *pathos* e do *logos*, encerramos a discussão sobre esses conceitos aqui.

O *ethos*, porém, foco deste capítulo, corresponde à imagem que o orador manifesta de si mesmo por meio de seu discurso:

Persuade-se pelo carácter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé. Pois acreditamos mais e bem mais depressa em pessoas honestas, em todas as coisas em geral, mas sobretudo nas de que não há conhecimento exacto e que deixam margem para dúvida. É, porém, necessário que esta confiança seja resultado do discurso e não de uma opinião prévia sobre o carácter do orador; pois não se deve considerar sem importância para a persuasão a probidade do que fala, como aliás alguns autores desta arte propõem, mas quase se poderia dizer que o carácter é o principal meio de persuasão (Aristóteles, 2005, p. 96).

Assim, Aristóteles (2005) e Nascimento (2015) afirmam que um discurso explanado de forma lógica e factual, por si só, não possibilita atingir o objetivo de persuasão do orador, visto que ele precisaria de três elementos retóricos essenciais: a virtude, a prudência e a benevolência, que buscam gerar confiança no caráter de quem fala. Da mesma forma, Alves (2022) discorre que o *ethos* está ligado à “imagem de si” construída a partir do discurso e nos dados pré-discursivos, como a imagem do orador.

Essa característica do *ethos* se apoia em elementos preexistentes, como a ideia “[...] que o auditório faz do locutor antes mesmo do ato de fala, ou a autoridade que tem devido à sua posição ou status, para a elaboração da imagem do locutor” (Alves, 2022, p. 60). Aristóteles (2005) também define três formas de caráter presentes na imagem pública do orador: o caráter dos jovens, dos adultos e dos velhos, cada uma trabalha determinadas características que demarcam o uso da imagem e a forma com que ela é percebida. Tais caracteres não se relacionam diretamente à idade real do orador, mas à maneira com que se apresenta ao público.

Isto posto, conforme debatido por Patrick Charaudeau (2013), essa relação estabelecida pelo *ethos* contribui para a construção da imagem de um político, na medida em que o espectador se apoia tanto em dados preexistentes ao discurso – informações veiculadas, saberes populares – como na própria imagem carregada pelo indivíduo. Para Charaudeau (2013), em um primeiro momento, o ator político se apresenta com sua identidade social de quem está comunicando, fundando sua legitimidade como ser comunicante para, em um segundo momento, apresentar-se por meio da identidade discursiva de enunciador, atribuindo papéis e estratégias para o caminho que se pretende seguir. O *ethos* resulta, portanto, da interação entre essas duas formas de identidade.

Charaudeau (2013) e Weber (2004) argumentam que a projeção e desenvolvimento da imagem pública não dependem apenas do que o sujeito discursivo apresenta, mas também da forma como é percebida pelos espectadores, estando, assim, em constante adaptação. Assim, a percepção das representações tende a refletir a visão de um grupo ou sociedade em que se encontra, projetando estereótipos no sujeito político em questão. Dessa forma, conforme o autor, o *ethos* possui o poder de construir imagens tanto por meio do comportamento do indivíduo quanto pelo conteúdo de suas propostas, projetando sua imagem pública a partir de suas ideias, identificação, comportamento e credibilidade.

Nesse sentido, Patrick Charaudeau (2013), ao versar sobre o *ethos*, propõe duas grandes categorias para a difusão do discurso e manutenção da imagem, sendo elas: o *ethos* de credibilidade e o *ethos* de identificação. O primeiro é resultante da construção da identidade discursiva do ator político, em que seu desenvolvimento permite com que seja percebida uma imagem linear, sem contradições e digno de crédito. Enquanto isso, o *ethos* de identificação, como retrata o autor, é a combinação existente entre o caráter, corporalidade, comportamento, declarações e imaginários sociais que atribuem valores positivos/negativos à sua imagem, podendo se apresentar como tradicional e/ou moderno.

De modo relacionado, Weber (2009) expõe que a imagem pública usaria mecanismos de visibilidade e credibilidade para o planejamento e construção, determinando espaços de proeminência ocupados pelo ator político e registros de seu comportamento, em linha com o que foi estabelecido por Charaudeau (2013). Assim, “é na simplificação da história, na aposta em uma memória que não precisa de espaço que recai a aposta de uma política de aparências, menor e funcional, que deixa para a Imagem Pública a aquisição dos sentidos da política” (Weber, 2009, p. 13).

À vista disso, ao defender que a imagem pública é constituída pela imagem conceitual, Weber (2004) aborda que essa construção ocorre no jogo de poder entre atores políticos e recuperada no arranjo entre imagens abstratas e concretas, ligadas diretamente aos códigos linguísticos, sonoros, imagéticos/icônicos, como discorrido anteriormente. Nesse sentido, a autora enfatiza o papel fundamental do espectador para o tensionamento das relações de poder na política, uma vez que os indivíduos possuem o papel de avaliar, criticar e opinar, tornando a imagem pública sujeita a constantes adaptações conforme é recebida pelas mídias e pelos cidadãos.

De fato, o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz[...]. Ora, para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso - que

ele sabe a priori do locutor - e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem (Charaudeau, 2013, p. 115).

Já quando tratamos da imagem pública de mulheres, é necessário considerar o entendimento social sobre o papel da mulher na sociedade, a imagem “ideal” do ser mulher e sua inserção na política, como abordado por Panke (2021). Desse modo, e em decorrência dos imaginários coletivos, os estereótipos de gênero podem ser utilizados para a criação de campanhas, estratégias e na construção da própria imagem pública de uma política; um exemplo disso é o reforço de traços maternais, que podem auxiliar a conectar o discurso da candidata à realidade vivida pelas pessoas, segundo destaca Panke (2016). Assim, os estereótipos de gênero podem amparar a projeção da imagem de política, dependendo da forma com que são empregados, com o objetivo de criar laços com a população.

Panke (2016) aponta três principais estratégias para gerar conexão entre os pares: identificação, quando a candidata se mostra como igual, gerando uma legítima representação; projeção, quando há a defesa de pautas, grupos e princípios, enfatizando sua liderança; e empatia, na qual se ressalta a capacidade de comunicação, expressão e emoção. Essas três formas estariam presentes na comunicação em diferentes graus e abordagens, resultando em uma imagem pública que pode ser mais afetuosa, séria ou valente, representadas pelas três tipologias de campanha feminina que abordaremos no capítulo 4.

Assim, são nas diferentes instâncias que ocorrem processos de formação e desconstrução da imagem e da opinião pública, em que sujeitos e instituições são comparados a todo o tempo, produzindo diferentes visões sobre suas imagens (Weber, 2004). Essas instâncias estão ligadas à visibilidade, ao ocultamento e à opacidade de imagens geradas em aparelhos midiáticos, que possibilitam a crítica constante dos espectadores e a manifestação da sociedade, como aborda a autora.

Justamente por isso, a imagem pública de atores políticos, estabelecida por meio do *ethos* e foco deste trabalho, passa por diversas mudanças e adaptações no processo contínuo de projeção de imagem, em uma linha tênue entre o que é desejado pela política e como é percebida pelos espectadores. Sua formação envolve a combinação de diferentes códigos, somando representações visuais, elementos verbais e não verbais, mentais, sonoros e estéticos (Panke, 2021). Nesse sentido, a imagem pública de sujeitos políticos e instituições “[...] é o fator axial de funcionamento da comunicação contemporânea, entre organizações, indivíduos e sociedades que necessitam de visibilidade favorável nos planos pessoal, institucional, político e mercadológico” (Weber, 2004, p. 262).

Inerente ao exercício da política, a difusão e a importância da imagem pública estão interligadas ao grau de visibilidade ocupado por um ator político, relacionando suas ações, como acesso à informação, propaganda, eventos e atitudes, que impactam o interesse público e que dependem da participação da mídia para alcançar repercussão (Weber, 2004). Essa reverberação pode ocorrer por diferentes canais e aspectos, como mídias tradicionais, coligações adversárias, grupos sociais e, como no caso desta pesquisa, pelo Instagram. Para Murilo Brum Alison (2022), a imagem pública tornou-se um fator crucial na política contemporânea justamente devido à predominância das comunicações de massa desde o início do século XX, um processo que se intensificou nos dias atuais.

Acompanhado deste modelo, tivemos uma revolução eletrônica que passou a permitir uma onipresença da palavra, uma audiência numerosa e uma invasão de imagens (BALANDIER, 1982). Ainda, através dos avanços tecnológicos, a comunicação foi se tornando cada vez mais distante e instantânea. Assim, o universo da comunicação passou a ter uma extrema importância, tornando-se responsável pela visibilidade pública e alcançando praticamente toda a população (GOMES, 2004). Portanto, o controle das aparências, visibilidade, legitimação e comunicação passou a ser o meio para atingir a opinião e formar a imagem que a população recebe do ator político (Alison, 2022, p. 21).

De acordo com Weber (2004) e Alison (2022), com a expansão da internet doméstica e a consolidação dos sistemas de comunicações atuais, as redes sociais digitais assumem um papel central no interesse público e privado de sujeitos e instituições submetidos aos espaços de visibilidade. Isso ocorre porque ser visto permite ao ator político influenciar a opinião política sobre si, dar foco para verdades, controlar decisões e provocar a repercussão nos mais diversos *media*, assim “cada ação política prevê apoio, defesa, ataque e, neste sentido, depende de visibilidade pública [...]. É preciso promover, ser visto, aprovado, reconhecido como político” (Weber, 2009, p. 16).

Diante desse cenário, o ator político tem adequado sua imagem pública às mudanças dos meios digitais atuais, disseminadas através de smartphone, notebooks e outras telas, trazendo maior foco para a estética, “[...] formatos, imagens algorítmicas (alcance de diferentes públicos através do algoritmo da plataforma digital) e uma maior aproximação ou intimidade” (Alison, 2022, p. 22). Dessa forma, a imagem pública assume uma essência visual, tornando o uso de símbolos e representações visuais da comunicação política cada vez mais presentes no dia a dia das comunicações digitais, apropriando-se de diferentes técnicas para projetar sua imagem à medida que há a crescente presença das redes sociais no cotidiano brasileiro, como abordaremos no subcapítulo a seguir.

2.4 PERSONALISMO E O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO

Considerado uma das maiores redes sociais do mundo, o Instagram foi desenvolvido em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, com o intuito de ser a primeira plataforma centrada em imagens, ao contrário de redes como Tumblr, Orkut e Facebook, que eram populares no período de sua criação (Santos Silva, 2022; Russmann; Svensson, 2017). Comprado por Mark Zuckerberg em 2012, o Instagram se consolidou como a segunda rede social mais usada no Brasil, atrás apenas do WhatsApp, aplicativo de conversas amplamente utilizado no país. Atualmente, conta com mais de um bilhão de usuário em todo o mundo, de acordo com dados da Data Reportal¹⁵ (2024) e Statista¹⁶ (2024).

De acordo com os autores, a comunicação realizada na plataforma se caracteriza pelo modo unidirecional, ou seja, não é necessário que usuários se conheçam para que possam se conectar. Por conta disso, empresas, celebridades, veículos de comunicação e usuários de todo o mundo enxergaram nela uma “terra fértil” não apenas para interações, mas também para agregar valor aos seus produtos e divulgar suas imagens.

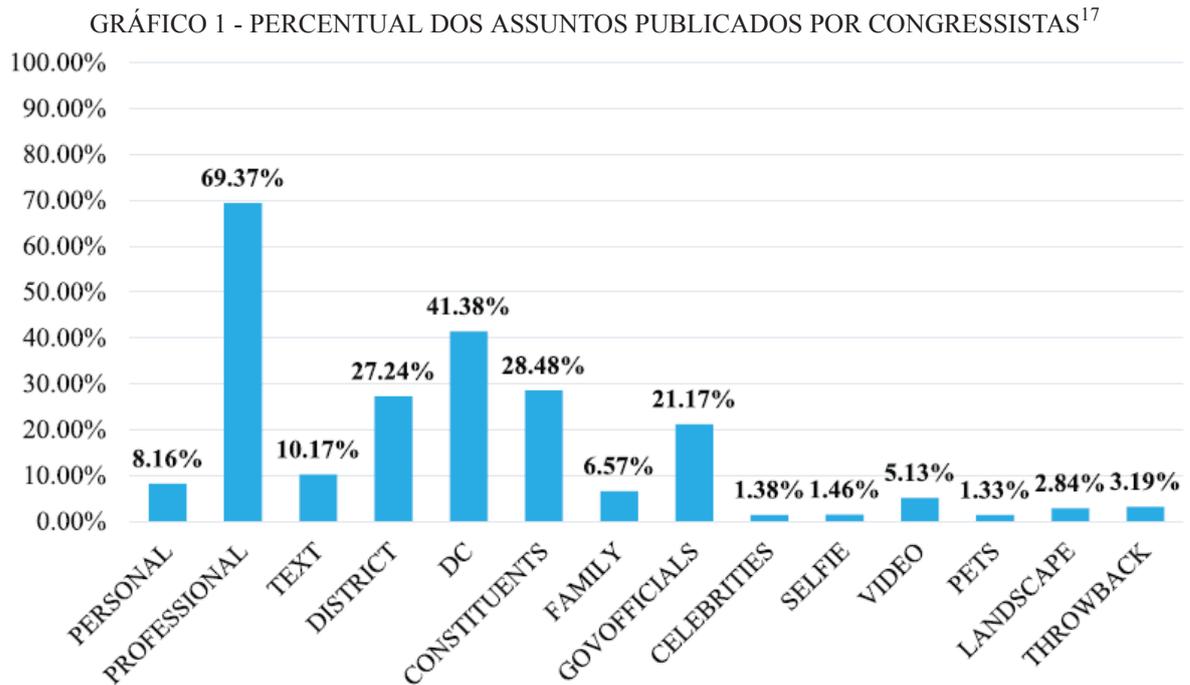
A rede é estruturada por meio de cinco ferramentas principais: o “*feed*”, onde é possível visualizar postagens de perfis seguidos, publicidades e conteúdos recomendados; o “*explorar*”, que exibe publicações sugeridas com base no algoritmo e nos interesses do usuário, destacando conteúdos que podem ser atrativos; a aba “*reels*”, por sua vez, reúne vídeos curtos recomendados por meio do algoritmo, sendo o formato com o maior engajamento e alcance. A quarta ferramenta consiste no “*stories*”, funcionalidade que permite postagens temporárias de fotos ou vídeos com duração de 24 horas. De acordo com Silva (2022, p. 48), “com os *stories*, o usuário passou poder compartilhar links para fora do Instagram, o que não era possível antes. Além disso, o Instagram tem permitido ao usuário promover *lives*, que são transmissões ao vivo de bate-papo ou de eventos com até quatro contas simultâneas”, sendo a quinta ferramenta disponível.

Justamente pelo alto número de utilização, a plataforma se caracteriza como um ambiente ideal para a construção e projeção da imagem de atores políticos. Uma vez que as publicações permitem que os usuários acompanhem o dia a dia da figura política, que podem, por exemplo, reforçar imagem de responsabilidade e competência ao se mostrarem em ambientes públicos, em eventos, obras do governo ou reuniões com outros políticos (Alison,

¹⁵ Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 10 jan. 2025.

¹⁶ Disponível em: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#editorsPicks>. Acesso em: 10 jan. 2025.

2022; Santos Silva, 2022). Uma pesquisa realizada por David O’Connell (2018) analisou as postagens feitas pelos 534 membros do Congresso dos Estados Unidos durante os primeiros seis meses da 115ª sessão e os resultados mostraram que, mesmo em perfis pessoais dos congressistas, os temas profissionais predominaram, correspondendo a 69,37% das publicações no período, como ilustrado no gráfico abaixo.



FONTE: David O’Connell (2018)

Assim, como percebemos na pesquisa de O’Connell (2018), o Instagram pode ser utilizado para projetar uma imagem profissional, seja por meio do reconhecimento do trabalho, da prestação de contas ou da preparação para cargos públicos. O que se observa é que “[...] se tornou uma rede social digital relevante não apenas durante os ciclos eleitorais, mas também para as campanhas permanentes [...]” (Santos Silva, 2022, p. 22). Além disso, ao falar sobre o maior número de usuários jovens, o autor destaca que políticos mais idosos enfrentam dificuldades para obter resultados positivos na plataforma em comparação com políticos abaixo dos 45 anos, principalmente quando não contam com uma equipe de assessoria. Da mesma forma, congressistas mais novos também se sentem mais “à vontade” com a plataforma, compartilhando momentos pessoais e fotos da família, amigos e de seus

¹⁷ Em tradução livre das categorias: Pessoal, Profissional, Texto, Distrito, Distrito de Washington, Constituintes, Família, Oficiais de Governo, Celebidades, Selfies, Vídeos, Animais de estimação, Paisagem e Throwback (expressão conhecida como TBT, em que são publicados fotos ou vídeos para lembrar determinado momento do passado).

pets, possibilitando uma projeção de imagem autêntica e, conseqüentemente, representativa para seus eleitores.

Com essa exposição mais pessoal acerca de suas vidas, o personalismo surge como forma de protagonismo político conquistado, em que, ao longo do tempo, o peso individual se sobrepõe à coletividade, resultando em uma desvinculação da figura partidária e na priorização da figura política em si, como abordam Marta Rebolledo (2017) e Alison (2022). A preocupação acerca da imagem de políticos, apesar de não ser um fenômeno novo, é impulsionada pelas mídias sociais, que conectam diariamente milhões de usuários a um perfil, tornando a conexão instantânea e mundialmente possível.

Diferente da personalização, que indica uma mudança longitudinal na política, o personalismo atua de maneira independente, impactando até mesmo períodos eleitorais, em que partidos perdem espaço e voto por conta da legenda, e a votação tende a se concentrar nas figuras individuais – personalidades – dos candidatos, como aponta Rebolledo (2017). Assim, as redes sociais possibilitam que a imagem do ator político seja projetada de acordo com suas próprias estratégias, relegando os partidos a um segundo plano.

As características que se deseja destacar do político estão inseridas em uma estratégia definida e direcionada para alcançar um objetivo determinado. Este, por sua vez, se concretiza por meio de decisões e ações políticas, mas também através da própria imagem do candidato. O próximo passo, então, é decidir qual imagem o líder deseja apresentar aos cidadãos, levando em consideração que o campo de atuação do candidato político – ou seja, os meios de comunicação – condiciona essa imagem e, além disso, serve como ferramenta para obter legitimidade (Rebolledo, 2017, p. 149, tradução nossa)¹⁸.

De acordo com Aires e Câmara (2017), a personalização pode ser dividida em três esferas de atuação para possibilitar melhor compreensão sobre o fenômeno. A primeira refere-se às instituições e aos processos políticos, em que o trabalho político é realizado, envolvendo partidos, formulação de programas e políticas públicas, por exemplo, que influenciam diretamente as ações do sujeito político. A segunda diz respeito à esfera pública e popular, relacionada à forma como o político deseja ser percebido pelo seu público e eleitorado, desenvolvendo sua reputação e buscando apoio político.

¹⁸ Texto original: Las características que se quieren destacar del político se enmarcan dentro de una estrategia definida y orientada para alcanzar un objetivo determinado. Éste, a su vez, se materializa mediante decisiones y acciones políticas, pero también a través de la imagen del propio candidato. El siguiente paso es entonces decidir la imagen que el líder desea mostrar a los ciudadanos, teniendo en cuenta que el terreno de juego en el que se desenvuelve el candidato político, esto es, los medios de comunicación, condiciona esa imagen y además le sirven para lograr legitimidad.

Por fim, a terceira é a esfera privada, conectada com a vida pessoal dos atores políticos, servindo como fonte de elementos para a construção de sua identidade e carreira. “[...] a esfera privada assume um espaço importante para a elaboração da esfera pública e popular, colaborando para que, na atualidade, valores humanos ocupem cada vez mais espaço em detrimento de valores políticos” (Aires; Câmara, 2017, p. 158). Porém, de acordo com as autoras, a relação entre as esferas é considerada perigosa para a imagem pública, pois pode interferir nos propósitos políticos buscados por eles, principalmente quando a esfera privada ganha visibilidade, abrindo espaço para escândalos relacionados à vida pessoal, como nos casos de Bill Clinton e Jeffrey Archer, ambos envolvidos em escândalos sexuais.

Por conseguinte e em decorrência do que foi abordado, a figura do candidato, político ou, no caso desta pesquisa, das ministras do governo federal, torna-se supervalorizada em detrimento do seus relacionamentos com o próprio partido – e, em alguns casos, sem sequer haver filiação –, adaptando sua imagem pública de acordo com as estratégias e demandas específicas buscadas por cada um.

3 MULHERES, LIDERANÇAS E ESTEREÓTIPOS

O presente capítulo se dividirá em três partes. A partir de uma análise histórica do patriarcado e da origem da misoginia, fundamentada em autores como Gerda Lerner (2019), Jack Holland (2010) e Silvia Federici (2017), no primeiro subcapítulo discutiremos as relações de poder e a forma com que os papéis de gênero começaram a ser impostos às mulheres, moldando suas experiências, oportunidades e vivências ao longo do tempo, com a perpetuação dos estereótipos de gênero nos espaços políticos e institucionais.

Por conseguinte, com base nas discussões de autores como Flavia Freidenberg (2018), Pierre Bourdieu (2002) e Luciana Panke (2016), exploraremos os papéis de gênero tradicionalmente atribuídos às mulheres nas figuras de mães, esposas e subordinadas, e como esses conceitos reforçam estigmas políticos e constroem barreiras para a entrada de mulheres em esferas de poder. Esses estereótipos serão abordados à luz dos arquétipos desenvolvidos por Carl Jung (2016) e Marcela Lagarde (2005).

Por fim, no terceiro subcapítulo, estudaremos sobre a presença feminina nos ministérios ao longo da Nova República (1985-atual), evidenciando pequenos avanços em governos progressistas, como os de Dilma Rousseff e Luiz Inácio Lula da Silva, e retrocessos em gestões alinhadas à direita e extrema-direita. Dados sobre a sub-representação feminina, tanto em ministérios quanto em outros cargos eletivos, serão utilizados para ilustrar as barreiras estruturais que ainda limitam a diversidade no processo democrático, discutindo os desafios para a promoção da igualdade de gênero na política.

3.1 POLÍTICA, MISOGINIA E PATRIARCADO

O patriarcado, derivado da palavra grega “patriarkhēs”, significa “o governo do pai” e é utilizado para descrever as manifestações e institucionalização da dominância masculina sobre mulheres e crianças, estendendo-se à sociedade como um todo, que coloca a figura masculina como centro de todas as suas ações. Para Gerda Lerner (2019), o patriarcado está presente em todas as instituições da sociedade, negligenciando a história das mulheres como uma ferramenta para consolidação e perpetuação da desigualdade de gênero.

Lerner (2019) argumenta que o surgimento do patriarcado ocorreu em consequência do desenvolvimento da agricultura durante o período Neolítico, entre 3100 e 600 a.C. Nesse contexto, a organização social e as demandas econômicas passaram a se concentrar no acúmulo de excedentes, relegando às mulheres a função reprodutiva como principal foco. Ao

longo da história, com o avanço da dominação e escravização de povos, as mulheres, além de serem submetidas ao trabalho forçado, assim como ocorrido com homens, também passaram a ser trocadas e vendidas. Nesse cenário, consolidou-se o papel da mulher como “mão de obra sexual”, destinada à reprodução e, posteriormente, à escravização dos filhos nascidos dessas violências, considerados propriedade de seus senhores.

Paralelamente, Jack Holland (2010) afirma que a misoginia teve origem no mito de Prometeu e na criação da primeira mulher, Pandora, concebida como castigo para a humanidade. Esse mito reflete a realidade da Grécia Antiga, onde as mulheres não eram consideradas cidadãs, não tinham direito ao voto e nem autonomia sobre si mesmas e suas escolhas. O casamento como acordo econômico, o papel das mulheres como reprodutoras e o seu tratamento como propriedade eram práticas comuns nas sociedades mesopotâmicas, como evidenciado até mesmo no Código de Hamurabi. Lerner (2019) discorre sobre essa realidade: “[...] filhas de famílias pobres eram vendidas para casamento ou prostituição a fim de fornecer auxílio econômico para suas famílias. As filhas de homens pobres podiam definir um preço de noiva, pago pela família do noivo à família da noiva [...]” (Lerner, 2019, p. 267). Além disso, caso um pai ou marido acumulasse dívidas, a mulher e seus filhos podiam ser escravizados pelo credor por tempo indeterminado, atuando como “moeda de troca” e um produto do comércio.

Por outro lado, ao contrário do que ocorria nas sociedades mesopotâmica e grega, as mulheres romanas começaram a contestar as regras que lhes eram impostas por meio de protestos, participação em lutas nas arenas, desafiando as figuras paternas e maritais, rejeitando o papel exclusivo de reprodutoras e, sobretudo, aproximando-se do ambiente político, como exposto por Holland (2010). A luta das mulheres romanas por seus direitos começou a gerar pequenos avanços na sociedade da época, como a conquista da isenção de impostos sobre mulheres ricas da Roma Antiga, no qual questionavam: “Por que temos que pagar impostos se não participamos das honrarias, das ordens, da organização do Estado, pelas quais vocês lutam entre si com resultados tão prejudiciais?” (Holland, 2010, p.56, tradução nossa)¹⁹. Esse período marcou o início do ativismo público feminino e representou um marco na luta pelos direitos das mulheres, como exposto pelo autor.

Com o desmoronamento da sociedade escravagista da Roma Antiga e o início da Idade Média, as pessoas escravizadas passaram a possuir uma parcela de terra e a constituir suas próprias famílias, ainda que subordinados ao senhor feudal. Silvia Federici (2017)

¹⁹ Texto original: ¿Por qué tenemos que pagar impuestos cuando no participamos de los honores, las órdenes, la organización del Estado, por los cuales se enfrentan ustedes unos a otros con tan nocivos resultados?

discorre que a dependência feminina em relação aos homens era limitada em decorrência da autoridade exercida e que prevalecia dos senhores. Isso ocorria justamente pela porção de terra ser entregue a uma unidade familiar e não somente ao homem, o que possibilitava que mulheres pudessem exercer certa autonomia em relação aos seus maridos. Da mesma forma, a divisão sexual do trabalho era menos pronunciada, sem desvalorizar os trabalhos realizados pelas mulheres, como a criação dos filhos, o cultivo de hortas, o preparo de alimentos e o cuidado com os animais do feudo.

Se também levarmos em consideração que, na sociedade medieval, as relações coletivas prevaleciam sobre as familiares e que a maioria das tarefas realizadas pelas servas (lavar, fiar, fazer a colheita e cuidar dos animais nos campos comunais) era realizada em cooperação com outras mulheres, nos damos conta de que a divisão sexual do trabalho, longe de ser uma fonte de isolamento, constituía uma fonte de poder e de proteção para as mulheres. Era a base de uma intensa sociabilidade e solidariedade feminina que permitia às mulheres enfrentar os homens, embora a Igreja pregasse pela submissão e a Lei Canônica santificasse o direito do marido a bater em sua esposa (Federici, 2017, p. 53).

Com o avanço da Igreja Católica e da instauração do capitalismo, a estruturação do paternalismo passou a se intensificar, subordinando a mulher à figura masculina – primeiro ao pai e depois ao marido –, oferecendo sustento econômico e proteção em troca do serviços sexuais e trabalho doméstico não remunerado, como exposto por Lerner (2019). “Os papéis e o comportamento considerados apropriados aos sexos eram expressos em valores, costumes, leis e papéis sociais. Também, e de forma mais significativa, eram manifestados em metáforas primordiais [...]” (Lerner, 2019, p. 266). No sistema reprodutivo, essa lógica passou a se intensificar com a criminalização de inúmeras práticas femininas por instituições como a Igreja e o Governo, incriminando o aborto, métodos contraceptivos e a própria sexualidade, vistos como “ameaças” à estabilidade econômica e social, como discutido por Federici (2017), Holland (2010) e Marcela Lagarde (2005).

A crescente misoginia, cerceamentos e desvalorização do trabalho – seja doméstico ou remunerado – redefiniram a posição da mulher na sociedade, refletido até os dias atuais, especialmente na figura da dona de casa em tempo integral, não apenas sujeitando as mulheres ao trabalho reprodutivo, “[...] mas também aumentou sua dependência, permitindo que o Estado e os empregadores usassem o salário masculino como instrumento para comandar o trabalho das mulheres” (Federici, 2017).

Além disso, o apagamento histórico das mulheres contribuiu para que elas não pudessem se guiar por meio de figuras históricas atuantes, em que a verdade universal foi construída com base na “versão masculina da história”, como abordado por Lerner (2019).

Mulheres que alcançavam posições de destaque como estudiosas, filósofas e escritoras eram pressionadas a passar por um processo de masculinização de ideias. A autora argumenta que a ausência de uma tradição que reafirmasse a independência e autonomia feminina coibia para esse processo, dificultando que mulheres, dentro de sua própria realidade, pudessem compreender a história pela sua própria versão.

Ainda assim, vivendo em um mundo no qual são desvalorizadas, suas experiências carregam o estigma da insignificância. Em decorrência, aprenderam a desconfiar das próprias experiências e desvalorizá-las. Que sabedoria pode haver na menstruação? Que fonte de conhecimento pode haver no seio repleto de leite? Que alimento para abstração pode haver na rotina diária de alimentar e limpar? O pensamento patriarcal relega tais experiências definidas por gênero ao domínio do “natural”, do não transcendente. O conhecimento das mulheres torna-se mera “intuição”, a conversa entre mulheres torna-se “fofoca”. [...] Mas essas mulheres, durante a maioria do tempo histórico, foram forçadas a viver à margem da sociedade; foram consideradas “desviantes” e, como tais, tiveram dificuldade de generalizar com base na própria experiência em relação aos outros e de receber influência e aprovação. Por que as mulheres não construíram o sistema? Porque não se pode pensar de maneira universal quando se está excluída do genérico (Lerner, 2019, p. 280).

Assim, estigmas como a maternidade como único propósito, a ultra feminização das mulheres, o silenciamento e os crescentes estereótipos de gênero passaram a ser atuantes na sociedade e nas mais diversas instituições, pregando a disciplina sobre corpos, roupas, comportamentos e o papel da mulher como submissa às ordens masculinas, como nos aprofundaremos no subcapítulo a seguir.

3.2 ARQUÉTIPOS E ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

No subcapítulo anterior, pudemos perceber brevemente a ascensão do patriarcado e da misoginia nas sociedades ocidentais, suas características e a relação de dominação das mais diversas instituições sobre as mulheres. Tais relações são refletidas nas crenças, cultura, imagens e ideias generalizadas socialmente aceitas de cada indivíduo, de acordo com seu gênero, como abordado por Flavia Freidenberg (2018) e Pierre Bourdieu (2002).

De acordo com a autora, os estereótipos de gênero estão intrinsecamente conectados com os comportamentos sociais esperados de homens e mulheres, em que “[...] são percebidos de uma determinada maneira, com base em uma série de papéis, no que se espera que façam e como se consideram que se comportam na vida familiar, na política, na vida profissional ou

no relacionamento com os outros” (Freidenberg, 2018, p. 89, tradução nossa)²⁰. Da mesma forma, Bourdieu (2002) e Biroli (2018) afirmam que tais percepções são justificadas pela naturalização das relações de dominação, nas quais as mulheres passaram a representar a submissão e a esfera privada ao serem submetida aos serviços domésticos, ao papel do cuidado e da maternidade, à ocultação de seus corpos e à repressão de suas próprias vontades e iniciativas.

Por outro lado, a imagem masculina passou a destacar e simbolizar características ligadas à virilidade, liderança, profissionalismo e frieza, sendo o homem considerado o detentor da tomada de decisão sobre si, sua esposa e seus filhos, como citado anteriormente na relação de paternalismo abordada por Lerner (2019). Com a supervalorização do homem em detrimento da mulher na sociedade e, conseqüentemente, no âmbito político, há a naturalização da exclusão feminina da esfera pública, da política, de cargos eletivos e de nomeações, legitimando a ideia da política como “lugar de homem”, como é o caso das ministras do governo federal (Biroli, 2010).

De acordo com Panke (2016), os estereótipos de gênero, profundamente enraizados em todas as esferas da sociedade, refletem na política e na comunicação ao gerarem estranhamento quando uma mulher ocupa determinada posição no cenário político, o que alimenta percepções de falta de preparo, intromissão ou inexperiência. Essa visão tende a associar a figura feminina a papéis maternos, relações familiares ou aspectos de sua vida pessoal, desprezando trabalhos realizados ou posições acadêmicas conquistadas.

Esse mesmo fenômeno pode ser analisado na obra “Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo”, de Carl Jung (2016), que discute padrões universais de comportamento, símbolos e imagens moldados pela psique humana. Embora Jung inclua inúmeros arquétipos em sua obra, apenas dois podem ser diretamente relacionados à figura feminina, ambos vinculados a características tradicionalmente associadas à feminilidade, exaltando aspectos como submissão, cuidado, emoção e fertilidade, reforçando a perpetuação dos estereótipos de gênero tradicionais na sociedade.

A Grande Mãe corresponde ao arquétipo que, segundo o autor, representa a figura da mulher a partir dos aspectos primordiais da vida e morte, simbolizando o ciclo natural, a fertilidade, o cuidado e a abundância. Porém, também se conecta com aspectos sombrios²¹,

²⁰ Trecho original: Son percibidas de una determinada manera, en función de una serie de roles, de lo que se espera que ellas hagan y de cómo se considera que ellas deben comportarse en la vida familiar, en la política, en la vida profesional o en la relación con los demás.

²¹ Jung (2016) trabalha a partir do aspectos positivos e sombrios para representar características inconscientes e reprimidas, podendo ser boas ou más.

como controle, possessividade e destruição. Por sua vez, a alma é descrita como “[...] a personificação de todas as tendências psicológicas femininas na psique do homem — os humores e sentimentos instáveis, as intuições proféticas, a receptividade ao irracional, a capacidade de amar, a sensibilidade à natureza [...]” (Jung, 2016, p. 123), estando intimamente conectada à figura maternal e conferindo significado à mulher apenas quando atrelada ao masculino.

Marcela Lagarde (2005), por sua vez, compreende como os estereótipos de gênero atuam sobre as mulheres ao explorar os arquétipos a partir da sociedade latino-americana, destacando identidades femininas subalternas no contexto patriarcal. São elas: mães solteiras, monjas, putas, presas e locas. Para Panke (2016), a autora expõe comportamentos femininos que “[...] estariam relacionados com a inserção da mulher na sociedade e uma consequência da falta do protagonismo delas.” (Panke, 2016, p. 40), transformando a sociedade e a cultura em cativados para a vivência feminina.

As mães solteiras representam o papel reprodutivo da mulher, sua relação de dependência para com os outros, a maternidade e a conjugalidade. Simbolizam a normatividade social estereotipada feminina, com a negação da sexualidade aquém da procriação. As putas, por sua vez, carregam características ligadas ao erotismo feminino, abordando uma sexualidade que é proibida, reprimida e envolta em tabus: um erotismo voltado para o prazer alheio, contestando um mundo que idealiza as mães-esposas como figuras virginais, puras e sexualmente restritas.

As monjas rejeitam tanto a maternidade das mães solteiras quanto a sexualidade feminina das putas, construindo uma relação baseada na submissão, de sujeição dependente, servil e de adoração ao outro, renunciando ao protagonismo da mulher. Já as presas representam a mulher encarcerada em sua própria casa devido à atuação de instituições de poder, que limitam sua autonomia, suas decisões e livre-arbítrio. Por fim, as locas simbolizam a “loucura universal” atribuída a todas as mulheres, em contraste com o paradigma da racionalidade masculina. No entanto, a loucura também ocupa um espaço cultural que deriva tanto da realização quanto da transgressão da feminilidade. “As mulheres enlouquecem por serem tão mulheres e também enlouquecem porque não podem sê-lo plenamente ou para não sê-lo. A loucura universal das mulheres emerge de sua sexualidade e de sua relação com os outros.” (Lagarde, 2005, p. 40, tradução nossa)²².

²² Texto original: Las mujeres enloquecen de tan mujeres que son, y enloquecen también porque no pueden serlo plenamente, o para no serlo. La locura genérica de las mujeres emerge de su sexualidad y de su relación con los otros.

Como destaca Luciana Panke (2016), mulheres que ingressam na política frequentemente enfrentam visões machistas que desqualificam sua capacidade técnica. São julgadas por aspectos relacionados ao humor, com referências depreciativas à histeria, TPM ou loucura, e também por sua vida pessoal, incluindo críticas a seus relacionamentos ou à ausência deles. A entrada de mulheres nesse espaço, historicamente dominado por homens, apresenta diversos desafios. Segundo a autora, “[...] a política partidária ainda é vista como uma atividade masculina, apesar de, no Brasil, a média de filiação de mulheres ser de 45%. A entrada das mulheres nesse espaço provoca medo nos homens, pois equivaleria a perder uma posição já garantida” (Panke, 2016, p. 54).

O machismo, assim, opera como um mecanismo que reforça políticas autoritárias ao silenciar, desvalorizar e interditar a presença das mulheres na política. Em entrevista a Panke (2016), a ex-deputada boliviana Marcela Revollo²³ afirmou: “quando tua palavra não vale nada, estão dizendo qual é o teu lugar. Quando você fala e eles fazem gestos de descaso, te dizem que este não é o seu lugar. Os homens fazem essa forma de discriminação”, evidenciando o preconceito enraizado no ambiente político.

Embora algumas dessas discriminações sejam sutis, elas têm um impacto profundo na representação política das mulheres, perpetuando a desigualdade de gênero e reforçando estruturas de poder dominadas por homens, conforme apontam Barros e Busanello (2019). Mulheres enfrentam dificuldades adicionais, como a ausência de infraestrutura e financiamento adequado para suas campanhas, estereótipos que dificultam sua entrada em posições de poder e a violência política de gênero. Esses fatores se refletem no baixo número de mulheres eleitas e na limitada participação feminina em ministérios, tanto no Brasil quanto no mundo, como será aprofundado no próximo subcapítulo.

Por fim, os arquétipos abordados no decorrer do presente capítulo fazem parte da base teórica para compreendermos também a criação e impacto das tipologias de Panke (2016), discorrendo sobre os estereótipos de gênero que auxiliam no entendimento das três imagens principais de mulheres em campanhas eleitorais: Guerreira, Maternal e Profissional, adaptadas neste trabalho para compreendermos a projeção da imagem pública das ministras do governo federal.

²³ Entrevista realizada por Luciana Panke (2016), em 26 de agosto de 2014, para o livro “Campanhas Eleitorais para Mulheres: desafios e tendências”.

3.3 LIDERANÇA FEMININA: MULHERES NA POLÍTICA

Para a elaboração deste subcapítulo, realizamos um resgate histórico das mulheres que ocuparam a chefia de ministérios ou secretarias com *status* ministerial ao longo da Nova República (1985-atual), visto que foi somente no governo de João Figueiredo, último presidente do período da Ditadura Militar, que o Brasil teve sua primeira ministra de Estado: Esther de Figueiredo Ferraz. À frente do Ministério da Educação, Esther regulamentou percentuais mínimos obrigatórios de investimento público em educação, com base nos recursos arrecadados por impostos, conforme informações da Galeria de Ministros²⁴ (2023) e de O Globo²⁵ (2008). Além disso, segundo o Jornal Opção²⁶ (2023), Esther foi a primeira mulher a lecionar na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo e a primeira reitora de uma universidade no Brasil, a Universidade Mackenzie.

Para identificar outras mulheres que ocuparam ministérios, assim como Esther, analisamos as ministras que exerceram o cargo durante a democracia brasileira contemporânea, utilizando como base a plataforma da Biblioteca da Presidência da República²⁷ e descartando gestões interinas. Os gabinetes estudados foram: José Sarney (1985-1990), Fernando Collor (1990-1992), Itamar Franco (1992-1995), Fernando Henrique Cardoso (1995-2003), Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011), Dilma Rousseff (2011-2016), Michel Temer (2016-2019), Jair Bolsonaro (2019-2024) e Luiz Inácio Lula da Silva (2024-atual).

De acordo com Maria Celina D'Araujo (2009), os ministérios fora, durante muito tempo, sinônimo de *status* e *glamour* político, conferindo prestígio e notoriedade política para o governo e para aqueles que ocupavam tais cargos. Contudo, ao longo da Nova República, as pastas passaram a perder espaço político e de articulação, embora permaneçam como peças indispensáveis para o arranjo político. Para a autora, o Brasil tem praticado o que ela denomina de “presidencialismo de coalizão”, que demonstra uma organização política na qual “[...] nenhum partido consegue eleger um candidato à Presidência e, ao mesmo tempo, formar sozinho maioria parlamentar. Ou seja, [...] só conseguirá governar negociando com uma coalizão parlamentar de apoio [...]” (D’Araujo, 2009, p. 4), implicando na distribuição de

²⁴ Fonte: <https://encurtador.com.br/Idqgo>. Acesso em: 8 mar. 2024.

²⁵ Fonte: <https://extra.globo.com/noticias/brasil/morre-esther-ferraz-primeira-ministra-do-brasil-580642.html>. Acesso em: 8 mar. 2024.

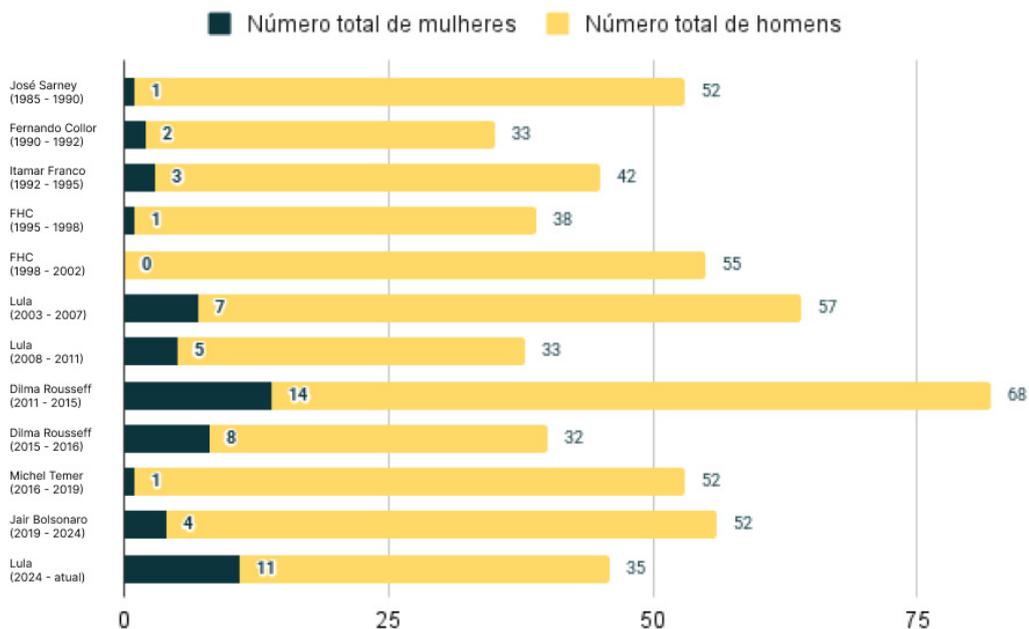
²⁶ Fonte: <https://encurtador.com.br/Qm1pY>. Acesso em: 8 mar. 2024.

²⁷ Fonte: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes>. Acesso em: 8 de mar. 2024.

cargos públicos do executivo de acordo com partidos e regiões, como no caso de Daniela Carneiro, exonerada do cargo após desligamento do seu antigo partido, o União Brasil.

Dessa forma, como o número total de gestores que ocuparam o cargo ao longo do tempo não é completamente conhecido, utilizamos, para fins comparativos, os dados apresentados por Laura Angélica Moreira Silva (2023) e D'Araujo (2009), que apontam o número total de 604 nomeações para chefias ministeriais durante a Nova República brasileira²⁸. Considerando os 36 anos que abrangem os 12 governos analisados, apenas em 57 vezes um ministério foi chefiado por mulheres, correspondendo a 9,43% da totalidade, em comparação com 549 vezes que um homem ocupou essa posição. Descartando as repetições de ministras que exerceram a função em diferentes momentos, como Marina Silva, Tereza Campello e Dorothea Werneck, apenas 42 mulheres chegaram ao cargo. No gráfico a seguir (gráfico 2), podemos observar a distribuição total entre mulheres e homens responsáveis pela gestão das pastas no período em questão²⁹.

GRÁFICO 2 - PROPORÇÃO DE MULHERES E HOMENS NA GESTÃO DE MINISTÉRIOS



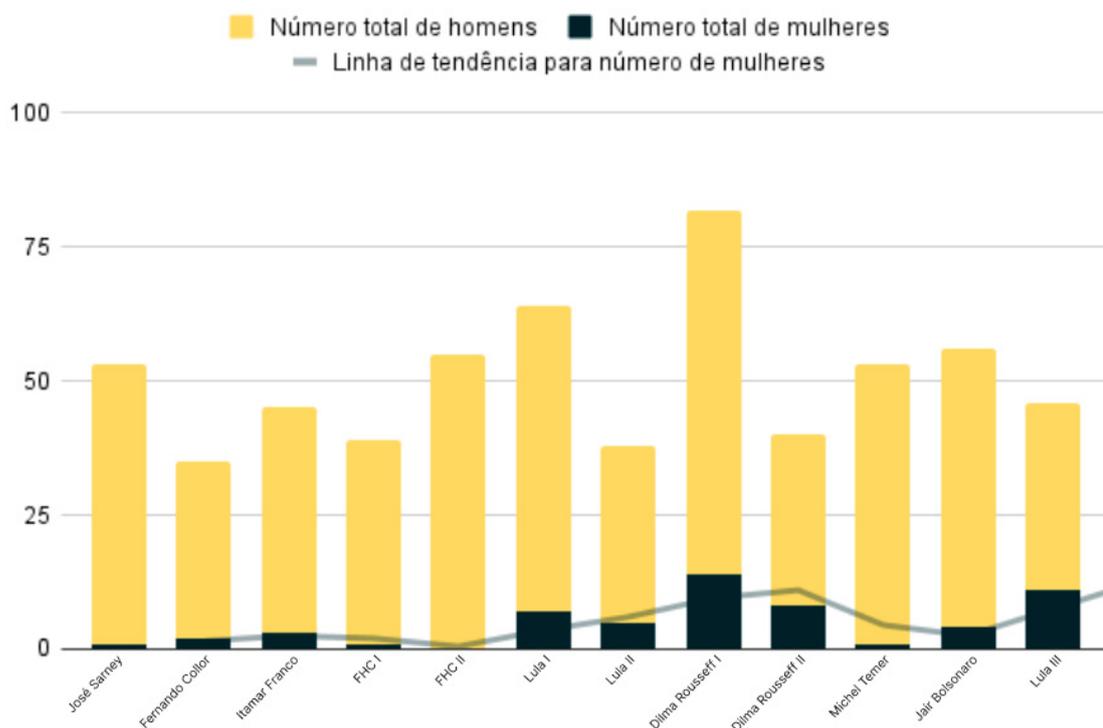
FONTE: a autora (2025).

²⁸ O número total de chefias que já ocuparam cargos no governo brasileiro não é completamente conhecido. Para esta pesquisa, utilizamos como referência a Biblioteca da Presidência da República e os estudos de Laura Angélica Moreira Silva (2023) e Maria Celina D'Araujo (2009), que analisaram dados sobre os ministérios brasileiros. No entanto, essas três fontes apresentam discrepâncias em relação ao número total de ministros que já exerceram o cargo, pois a análise de D'Araujo considera ministros que estiveram no cargo por, no mínimo, três meses, enquanto Silva (2023) desconsidera todos os ministros interinos. Optamos por basear nossa análise na pesquisa mais recente, de Silva (2023), que apresenta o número total de gestores, focando nossa coleta apenas nas mulheres que ocuparam essas posições, com os dados extraídos da Biblioteca da Presidência da República.

²⁹ Link para acesso da planilha completa: <https://encurtador.com.br/UjgGN>.

Embora o primeiro mandato da ex-presidenta Dilma Rousseff tenha registrado o maior número absoluto de mulheres no cargo, elas representaram apenas 17% do total de gestores. Em contrapartida, o governo atual de Lula alcançou uma participação feminina de 23,9%, resultado da redução no número total de ministérios e da inclusão de mais mulheres nas pastas, tornando-se a administração com a maior proporção relativa feminina na história. Dilma Rousseff e Lula se destacam, portanto, como os únicos governos a promover uma maior inclusão feminina em posições de liderança ministerial, contribuindo para ampliar a presença das mulheres na política. Em contraste, as gestões de Michel Temer e Jair Bolsonaro, que sucederam os dois primeiros mandatos dos líderes mencionados, nomearam apenas 1,88% e 7,14% de mulheres para seus gabinetes, respectivamente. Esses dados evidenciam a falta de compromisso com a equidade de gênero na política e reforçam a persistência do machismo estrutural na sociedade.

GRÁFICO 3 - TENDÊNCIA DE MULHERES NA GESTÃO DE MINISTÉRIOS



Fonte: a autora (2025).

Da mesma forma, o gráfico 3 representa o avanço da presença feminina nos ministérios. Ainda que a participação das mulheres na política brasileira esteja crescendo, o processo é lento e marcado por oscilações no número de ministras a assumirem o cargo do executivo. Os dados indicam que, mesmo com a inclusão de ministras em governos de centro

e centro-esquerda, a equidade de gênero nos ministérios federais ainda está distante de se tornar realidade, sendo a presença feminina influenciada pelo alinhamento político da administração vigente.

Além disso, um levantamento realizado pela ONU Mulheres em 2024³⁰ analisou a presença feminina em posições de liderança em Estados, governos e ministérios de 190 países, ranqueando o percentual de mulheres nos governos e classificando quais as pastas mais designadas para elas. Na lista, o Brasil ocupa a 64ª posição com nove ministras³¹ e um percentual de presença feminina de 29%, considerando apenas os cargos nomeados como ministérios (31 contabilizadas na pesquisa), descartando os órgãos e secretarias com *status* de ministério, como a Secretaria de Comunicação Social, Secretaria de Relações Institucionais e a Controladoria Geral da União, que fazem parte das 38 pastas do governo.

FIGURA 1 - ALOCAÇÃO DE MULHERES EM MINISTÉRIOS DIVIDIDO POR ASSUNTOS

	Women/Total Cabinet ministers with the portfolio	Women(%)
Women and gender equality	78/90	87%
Family and children affairs	52/78	67%
Social inclusion and development	37/72	51%
Social protection and social security	78/170	46%
Social affairs (general)	24/56	43%
Indigenous and minority affairs	10/24	42%
Human rights (general)	18/46	39%
Culture	65/178	37%
Labour affairs	62/186	33%
Education	82/258	32%
Public administration	28/91	31%
Research, science, innovation and technology	44/147	30%
Parliamentary affairs	10/34	29%
Environment	53/187	28%
Tourism	34/131	26%
Health	49/191	26%
Civil and other governance affairs	51/206	25%

FONTE: ONU Mulheres (2024)³².

Quando observamos os cargos ministeriais ocupados por elas, a pesquisa da ONU Mulheres revela, mais uma vez, a persistência de estereótipos de gênero e a predominância em funções tradicionalmente consideradas femininas. Ao categorizar os ministérios em 10

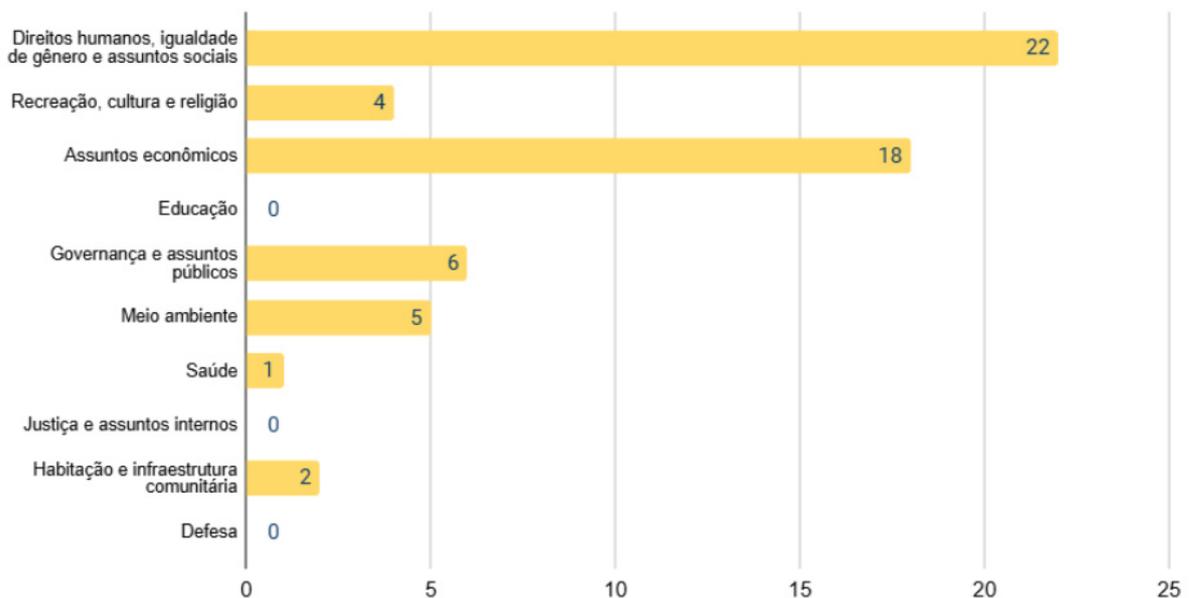
³⁰ Disponível em: <https://encurtador.com.br/fwObs>. Acesso em: 8 jan. 2025.

³¹ A pesquisa foi realizada em 2024 após a saída de Ana Moser e Daniela Carneiro de suas funções ministeriais, levando em consideração apenas o número atual e não total.

³² Disponível em: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2024/06/poster-women-political-leaders-2024>. Acesso em: 8 jan. 2025.

grandes grupos temáticos com base nas políticas públicas que eles abrangem, a pesquisa mostra que as pastas com maior participação feminina estão concentradas nas áreas de “Direitos Humanos, Igualdade de Gênero e Assuntos Sociais”. O mesmo cenário ocorre quando analisamos a presença feminina nas grandes áreas ministeriais no Brasil, em que percebemos que esse recorte reforça o papel social atribuído às mulheres, frequentemente associadas ao cuidado com o outro, à maternidade e à vulnerabilidade. Tais características, profundamente enraizadas na sociedade, nas instituições e na política, fazem referência ao arquétipo Maternal de Panke (2016), que abordaremos ao longo do próximo capítulo.

GRÁFICO 4 - PRESENÇA FEMININA NA GESTÃO DAS GRANDES ÁREAS MINISTERIAIS NO BRASIL



FONTE: a autora, 2024.

Assim, dos avanços na implementação de políticas para equidade de gênero e na luta das mulheres por maior participação política, a sub-representação feminina ainda reflete as barreiras estruturais, culturais e institucionais, limitando a diversidade no processo democrático. Isso é particularmente evidente quando analisamos a presença feminina nos governos alinhados ao centro-direita, direita e extrema-direita. A trajetória das mulheres ainda é longa e distante de um processo de equidade de gênero nos mais diversos cargos políticos, em que se repete o mesmo cenário de falta de representação no processo eleitoral. De acordo com dados do Inesc (2024), apenas 17,9% de mulheres foram eleitas em 2024 para assumir cargos em prefeituras e câmaras municipais. Dessas, 10,5% são mulheres brancas, 6,2% pardas, 1% negras e 0,1% amarelas e indígenas. Apesar do cenário de disparidade de gênero, “[...] houve um aumento de 2,2% na proporção de mulheres eleitas (17,9%) em comparação

com as eleições municipais de 2020 e de 4,5% em relação a 2016, quando elas representavam 15,7% e 13,4% dos eleitos, respectivamente” (Inesc, 2024, p. 6).

A mesma conjuntura se repetiu no pleito de 2022 com a eleição de 17,9% de mulheres para o cargo de Deputada Estadual, 17,7% para Deputada Federal, 14,8% para Senadora e apenas 7,4% para Governadoras, segundo pesquisa do Observatório Nacional da Mulher na Política publicada pelo Brasil de Fato³³. São números que evidenciam o longo caminho que a política brasileira ainda deve percorrer para a inclusão de mais mulheres nas esferas públicas que, apesar das cotas, ainda não chega a 20% de eleitas.

No caso das ministras, de acordo com o levantamento e progressão temporal realizado por Silva (2023), o Brasil levará 88 anos para conseguir atingir a equidade de gênero em ministérios, considerando o atual ritmo de crescimento e diminuição da presença feminina nas pastas do executivo. Assim, compreender de que forma a comunicação opera na representação, projeção e divulgação da imagem dessas mulheres é fundamental para que, no futuro, se possa desenvolver melhores estratégias de comunicar sua presença, superando as barreiras invisíveis que ainda as impedem de ocupar cargos de liderança, seja na esfera política ou privada.

4 MATERIAIS, MÉTODOS E RESULTADOS

³³ Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/07/25/mulheres-na-politica-numero-de-filiadas-e-expressivo-mas-nao-se-raduz-em-candidatas>. Acesso em: 8 jan. 2025.

Para a realização deste estudo e a fim de cumprir com os objetivos traçados, escolhemos o estudo de caso como modalidade de pesquisa, desenvolvido em duas etapas. A primeira, de carácter qualitativo, busca analisar em profundidade um determinado objeto dentro do seu contexto real, que, neste caso, corresponde aos perfis oficiais do Instagram das mulheres que ocupam o cargo de ministras do governo federal em 2023. A etapa quantitativa, por conseguinte, ocorre por meio da Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (1977) e das tipologias de campanhas femininas de Luciana Panke (2016, 2021), a partir da adaptação realizada pela autora para a aplicação dos arquétipos em análises audiovisuais, conforme estudo publicado em 2021. Nesse sentido, os arquétipos de Panke (2016, 2021) serão empregados por meio da adequação de determinados pontos necessários para uma análise em redes sociais, como abordaremos mais adiante.

Para Antonio Carlos Gil (2002) e Arilda Schmidt Godoy (1995), o estudo de caso é entendido como o delineamento mais adequado para análises que buscam investigar um determinado fenômeno em seu contexto real, em que os dados devem “[...] ser coletados no local onde eventos e fenômenos que estão sendo estudados naturalmente acontecem, incluindo entrevistas, observações, análise de documentos e, se necessário, medidas estatísticas” (Godoy, 1995, p. 27). No caso da presente pesquisa, isso se aplica à análise dos perfis oficiais do Instagram das ministras.

De acordo com Godoy (1995), o estudo de caso tem se tornado a estratégia central em pesquisas nas quais há pouca ou nenhuma forma de controle dos eventos estudados, além de enfatizar o carácter atual dos fenômenos. Da mesma forma, para Gil (2002), o estudo de caso consiste em uma análise profunda e exaustiva, podendo ser aplicado em diferentes objetos, especialmente em contextos da vida real com limites não definidos claramente. Além disso, permite “preservar o carácter unitário do objeto estudado; c) descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; d) formular hipóteses ou desenvolver teorias; e) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno [...]” (Gil, 2002, p. 54), sendo útil quando há situações que impedem o uso de levantamentos ou experimentos.

Portanto, para essa pesquisa, selecionamos as onze mulheres que atuaram e/ou atuam como ministras do governo federal, coletando e analisando as postagens de seus perfis pessoais no Instagram durante os primeiros 100 dias de governo Lula. São elas: Ana Moser, ministra dos Esportes; Anielle Franco, ministra da Igualdade Racial; Cida Gonçalves, ministra das Mulheres; Daniela Carneiro, ministra do Turismo; Esther Dweck, ministra da Gestão e Inovação; Luciana Santos, ministra da Ciência; Margareth Menezes, ministra da Cultura;

Marina Silva, ministra do Meio Ambiente; Nísia Trindade, ministra da Saúde; Simone Tebet, ministra do Planejamento; e Sonia Guajajara, ministra dos Povos Indígenas, conforme ilustrado no quadro abaixo. Em seguida, discutiremos sobre a adoção das tipologias de Panke (2016), juntamente com as etapas de construção do estudo e a Análise de Conteúdo.

QUADRO 1 - DADOS GERAIS E NÚMERO DE POSTAGENS DAS MINISTRAS ANALISADAS

Ministra	Ministério chefiado	Conta oficial do Instagram	Número de postagens no período³⁴
Sonia Guajajara	Ministério dos Povos Indígenas	guajajarasonia	302
Luciana Santos	Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação	lucianasantos	260
Daniela Carneiro	Ministério do Turismo	danielacarneirooficial	123
Anielle Franco	Ministério da Igualdade Racial	aniellefranco	118
Marina Silva	Ministério do Meio Ambiente e Mudança Climática	marinasilvaoficial	103
Cida Gonçalves	Ministério das Mulheres	cidagmulher	88
Simone Tebet	Ministério do Planejamento e Orçamento	simonetebet	85
Margareth Menezes	Ministério da Cultura	margarethmenezes	76
Nísia Trindade	Ministério da Saúde	nisiatrindadelima	58
Esther Dweck	Ministério da Gestão e Inovação em Serviços Públicos	estherdweck_	47
Ana Moser	Ministério do Esporte	anabmoser	34

FONTE: a autora (2024).

4.1 GUERREIRAS, MATERNAIS E PROFISSIONAIS

As tipologias estabelecidas por Luciana Panke (2016) foram desenvolvidas a partir do entendimento sobre a construção do discurso eleitoral, em que a autora pontua três aspectos essenciais para a criação de laços entre a candidata e seu eleitorado. São eles: a) identificação: ocorre quando a candidata se mostra em igualdade com a população, gerando

³⁴ Referentes aos 100 primeiros dias de 2023.

aproximação; b) projeção: a candidata se torna uma liderança, dando voz a um grupo; e c) empatia: refere-se à capacidade de se comunicar e se expressar.

Com base nisso, a análise de Panke (2016) acompanhou os códigos utilizados pela comunicação das campanhas eleitorais de candidatas à presidência na América Latina, que englobam seis aspectos verbais, não verbais, sonoros, imagéticos, estéticos e gráficos, elencando linguagens e ações de comunicação que podem atuar na propaganda eleitoral para mulheres. A primeira é a linguística, relacionada ao discurso verbal, aos argumentos e ao conteúdo presente em campanhas, redes sociais, declarações públicas, entre outras. A segunda é a linguagem quinésica, que “[...] são os movimentos e as expressões físicas realizadas durante as falas. A maneira como anda é bastante observada, especialmente em comícios, encontros, debates, gravação de vídeos de campanha e outros programas de televisão” (Panke, 2016, p. 89).

Já a terceira é a linguagem proxêmica, associada ao uso do espaço da candidata perante outras pessoas em fotos e vídeos, por exemplo. A quarta linguagem observada pela autora é a iridológica, que corresponde ao contato visual em eventos, filmagens e fotos, ressaltando a importância de olhar nos olhos durante interações presenciais ou midiáticas. Por conseguinte, a quinta função destacada é relacionada a linguagem fisiológica e de moda, pois “[...] o tipo físico, a roupa e como se apresenta devem ser valorizados. As escolhas devem ser direcionadas de acordo com o corpo da pessoa e os objetivos de comunicação, sem esquecer que deve ser coerente com a própria personalidade” (ibidem, p. 90). Por fim, a sexta e última linguagem refere-se aos valores não verbais na voz, que abrangem o tom de voz utilizado, o volume e a forma com que ocorre a expressão de uma mensagem, uma vez que podem ditar como a fala será recebida pelo público. Com base nessas categorias de linguagem, esta dissertação enfatizará de que forma a imagem pública das ministras do governo federal é projetada por meio da rede social Instagram.

Esse conjunto de atributos comunicativos auxilia para comunicar quem é a candidata. Além disso, há de se considerar o que as relações pessoais, profissionais e familiares dizem sobre ela. Por isso, fundamental não esquecer que quando se decide ser protagonista na vida pública, é possível que a vida privada receba exposição extra. Essa parte comunica as origens, crenças da candidata, e tudo isso deve ser compatível com seu projeto político (ibidem, p. 92).

Dessa forma, a autora analisa o universo feminino nas campanhas eleitorais, classificando seis estereótipos de gênero a partir de um estudo com spots eleitorais de 21 campanhas de países da América Latina, totalizando 216 peças. Os seis estereótipos foram descritos a partir da avaliação de dois aspectos principais: o primeiro, focado na candidata,

sua imagem, discurso e nos elementos de linguagem citados acima; enquanto o segundo remete à representação do feminino e de outras mulheres presentes nas campanhas.

A partir disso, a autora encontra seis formas pelas quais mulheres – tanto como candidatas até como eleitoras e figurantes – estão presentes nas propagandas eleitorais, são elas: a dona de casa, a guerreira, a mãe, a atenciosa/sensível, a submissa e a trabalhadora. Tais estereótipos atuam de diferentes formas, seja em conjunto ou de maneira isolada, na construção de campanhas femininas e na forma com que mulheres em posição de poder se apresentam para seus eleitores. “Primeiramente, com uma amostragem das campanhas, verifiquei que há seis estereótipos femininos mais frequentes. Depois, com todas as campanhas, somadas às entrevistas com mulheres políticas e consultores, cheguei a três perfis de mulheres candidatas” (Panke, 2016, p. 116). Esses aspectos encontrados pela autora atuam como base para a criação das tipologias de perfis ideais projetados nas campanhas das candidatas mulheres.

As três tipologias ideais são Guerreiras, Maternais e Profissionais, cada uma possui subtipologias, características específicas e modos de apresentação em campanhas. A primeira é associada à figura da mulher dura ou líder; a segunda é aquela sensível ou atenciosa; e a terceira é classificada como trabalhadora ou submissa. Discutiremos cada uma das tipologias mais detalhadamente a seguir.

4.1.1 A Guerreira

A tipologia guerreira caracteriza candidatas que tomam iniciativas, agem em prol de mudanças sociais e rompem com estereótipos pré-concebidos na sociedade, lutando para adentrar espaços tipicamente masculinos, como a própria política. Para a autora, justamente por esse campo ser historicamente dominado por homens, proponentes que ingressam o universo político costumam frequentemente estar presentes nessa tipologia. Tornando-se porta-vozes de grupos e ideais, e estando à frente de decisões, essas mulheres mantêm suas características pessoais, independentemente de partido político ou espectro ideológico, podendo ser divididas em dois grupos: líderes ou duras (Panke, 2016, 2021).

As líderes são mulheres inspiradoras, que defendem seus posicionamentos e assumem o protagonismo. “São as porta-vozes de determinados grupos e ideias. Elas se projetam, justamente, por sua liderança e capacidade de agregar” (ibidem, p. 122), em que utilizam da arte da negociação para fazer política, entrelaçando a defesa de seus objetivos com o exercício da diplomacia. Porém, a contínua necessidade de reafirmação de seus valores e

capacidade de atuar como gestoras, corrobora para que estas candidatas desenvolvam um perfil reativo e agressivo, com características tradicionalmente associadas como masculinas.

Já a guerreira dura, de acordo com o exposto pela autora, é formada por mulheres que apresentam discursos impactantes, com dificuldade para negociação. Em narrativas audiovisuais, como abordado por Panke (2021), candidatas que fazem uso da tipologia guerreira podem exibir estratégias de campanha que pautem a desqualificação de oponentes, com postura de acusação e ataque. Elas são contestadoras e fechadas, “são mulheres que se expõem na política se aproximando demasiadamente de modelos masculinos, desde modos de vestir, tom de voz, conteúdo do discurso, agressividade” (Panke, 2016, p. 122).

Dessa forma, justamente por se mostrar com um perfil masculinizado, candidatas que adotam o perfil de guerreira possuem mais chances de atender a demanda do eleitorado em determinadas situações; uma vez que, quanto maior a instabilidade presente em uma sociedade, maior a tendência do eleitor procurar uma mulher forte, guerreira e, até mesmo, conservadora. Conjunturas como essa ficam evidentes quando analisamos, por exemplo, a figura de Margaret Thatcher: uma mulher forte, tradicional e de “mão firme” para reger o Estado, chamada de Dama de Ferro, aclamada por muitos durante seu mandato justamente por suas características duras.

4.1.2 A Maternal

Culturalmente, o papel central atribuído à vida das mulheres e as expectativas sobre o que se espera delas é a maternidade (Panke, 2021). Construído desde meados do século XVIII, o papel de mãe é visto como o principal objetivo a ser alcançado na vida de uma mulher, integrando a comunicação política e eleitoral justamente por delegar às mulheres mães um *status* de respeito em meio a uma sociedade machista e patriarcal, como a latino-americana. Para a autora, ao assumir o papel de mãe biológica, a mulher passa a ser vista de forma positiva por sociedades conservadoras, mas, “[...] por outro, esta mesma sociedade pode limitar a atuação feminina cobrando daquela mulher líder que ela ‘cuide’ de sua (s) criança (s) da mesma forma conservadora pré-concebida, reforçando sua exclusão da atividade política.” (Panke, 2021, p. 451).

A tipologia maternal, portanto, está conectada à relevância dada ao papel de mãe, reforçando a ideia de que a candidata, caso eleita, cuidará do povo como uma mãe cuida de seus filhos; como o caso de Dilma Rousseff, chamada de “mãe do PAC” ou “mãe da nação” pelo ex-presidente Lula (Lima, 2017). Isso se torna evidente em aparições ou discursos que

relacionam a imagem da candidata com características como cuidadora, amorosa, acompanhada de seus filhos ou outras crianças. Porém, vale ressaltar que a candidata pode assumir o perfil maternal sem necessariamente ter filhos, na medida em que o foco se dá aos aspectos emocionais e no cuidado, que podem ser destinados a outras parcelas da sociedade, como minorias sociais.

Sendo a tipologia mais frequente nos spots eleitorais femininos latino-americanos analisados por Panke (2016), o perfil maternal pode ser subdividido em atenciosa e sensível. A primeira corresponde à responsabilidade de cuidar “[...] dos outros e estar atenta à necessidade dos que estão ao seu redor” (Panke, 2016, p. 140), característica presente em campanhas que se comprometem em resolver conflitos, nas necessidades da população e na defesa dos mais fracos, sempre escutando e usando o tom maternal.

Já o perfil sensível pode ser compreendido na forma de usar as emoções para gerenciar situações com empatia e cuidado, diferenciando-se de campanhas masculinas precisamente por trabalhar a sensibilidade como qualidade positiva, e não um sinal de fraqueza feminina. Essa característica também pode ser conectada às campanhas eleitorais que representam suas candidatas em meio a eventos populares, além dos “tons das cores usadas nos vídeos, na composição do cenário, personagens presentes e discurso social são exemplos de foco no sensível” (ibidem, p. 143), e na presença de crianças e sinais de emoção, como lágrimas e abraços.

4.1.3 A Profissional

De acordo com Panke (2016), a tipologia profissional é considerada a menos utilizada nas campanhas femininas, pois enfatiza o êxito profissional como principal atributo da candidata, característica que costuma ser apontada como um papel secundário na identidade feminina, ao contrário da maternidade e casamento. “A questão é contraditória ao se observar que, em meio a uma disputa por cargos públicos, a eficiência profissional deveria ser um ponto bastante importante para a escolha do voto e, portanto, explorado nas estratégias de propaganda eleitoral para quem está em busca dele” (Panke, 2021, p. 451), o que reflete nos papéis de gênero impostos às mulheres.

Nessa categoria, residem perfis de profissionais talentosas, trabalhadoras e determinadas em busca de seus objetivos com competência e trabalho duro. A tipologia profissional se divide em trabalhadoras e submissas, sendo a primeira referente às conquistas profissionais pessoais, com disposição para o trabalho e capacidade de gestão. A preparação

profissional gera a percepção de um governo honesto, democrático e bem administrado em consequência ao compromisso com metas e resultados propostos durante a corrida eleitoral. “É uma mulher otimista que demonstra por seu trabalho que tem a capacidade e a energia de realizar as tarefas necessárias no governo. [...] São as mulheres que se mostram como incansáveis” (Panke, 2016, p. 153).

Já as candidatas submissas são mulheres que, devido à dificuldade de adentrar em ambientes políticos, acabam sendo reconhecidas pela subordinação ou apadrinhamento de homens, seja um familiar ou político reconhecido. “[...] o que se mostra aqui são mulheres que, embora tenham sucesso profissional, se destacam também por alguma relação forte com uma figura masculina na política que as impulsiona” (ibidem, p. 150). Ao vincular sua imagem pública a uma figura masculina, ocorre o risco do esvaziamento de seus discursos, dando ao homem mais atenção do que para a própria candidata, apesar da recorrência do apoio político como estratégia eleitoral, como abordam Panke (2016, 2021) e Lima (2017).

Por fim, vale ressaltar que uma candidata pode apresentar diferentes tipologias dentro de uma mesma campanha, visto que operam de forma dinâmica e adaptável. Discorreremos, a partir da Análise de Conteúdo, o arquétipo com maior presença na imagem pública analisada, visto que esse método considera e prevê categorias excludentes para os estudos.

4.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Definida por Laurence Bardin (1977) como um conjunto de técnicas de análise das comunicações capaz de estabelecer, definir e esclarecer as causas e consequências de uma determinada mensagem em um contexto específico, a análise de conteúdo busca classificar e categorizar conteúdos de qualquer natureza, comparando-os com outros elementos, desde filmes, comerciais, jornais, entre outros. Reduzindo o material original em um sistema de categorias, o método busca a objetividade e confiabilidade na codificação de seus resultados.

De acordo com a autora, a análise de conteúdo se divide em três grandes etapas cronológicas para a realização, sendo elas a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. A pré-análise corresponde à organização dos objetivos, sistematizando as ideias iniciais e conduzindo a pesquisa em um entrelaçamento de operações. Nessa fase, estão presentes a escolha dos documentos submetidos à análise, “[...] a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração dos

indicadores que fundamentem a interpretação final” (Bardin, 1977, p. 125), como a exaustividade, representatividade e a pertinência, agrupadas de acordo com sua temática.

De maneira resumida, o conteúdo em forma de texto é recortado em unidades de registro (palavras, frases, parágrafos), agrupadas tematicamente em categorias iniciais, intermediárias e finais para que, em seguida, sejam feitas interpretações, inferências e análises dos dados. Para que a pesquisa atinja os objetivos de aplicação do método, as fases estão interligadas e são interdependentes (Lima, 2017, p. 57)

Por conseguinte, a segunda fase da pesquisa compreende a exploração do material em questão, com a aplicação sistemática dos procedimentos delimitados. Essa etapa consiste, basicamente, em operações de codificação, decomposição ou enumeração previamente definidas (Bardin, 1977). Por último, a terceira fase aborda o tratamento dos resultados obtidos e sua interpretação, por meio de operações estatísticas, como a porcentagem, ou análises fatoriais, possibilitando a criação de quadros, figuras ou tabelas para condensar as informações.

Dessa forma, por meio da inferência presente na última fase, torna-se possível a extração de conhecimentos, inferindo “[...] intenções, objetivos e diversos aspectos do emissor ou do destinatário. Basicamente, consiste em relacionar os resultados obtidos com as características e aspectos dos seus contextos” (Lima, 2017, p. 58), sejam crenças, estereótipos, aspectos culturais ou representação social.

Diante disso, a partir das categorias Guerreiras, Maternais e Profissionais, analisaremos como se dá a projeção da imagem pública das ministras do governo federal em suas contas pessoais oficiais no Instagram, durante os 100 primeiros dias de chefia, objetivando classificar suas imagens por meio do processo de categorização, análise e inferência proposto por Bardin (1977), totalizando 1.294 postagens analisadas.

Realizamos a coleta de todas as postagens referentes ao período analisado de cada um dos perfis listados anteriormente, inicialmente de forma manual e, posteriormente, de maneira automatizada, após a etapa de qualificação desta pesquisa. Para isso, utilizamos a extensão de navegador *Zeeschuimer*, que monitora o tráfego na internet durante a navegação em redes sociais, coletando todos os itens visualizados para uma análise sistemática posterior. Com essa ferramenta, foi possível gerar tabelas com dados como nome de usuário, legenda, data e link da postagem, possibilitando uma coleta mais rápida e assertiva. Dessa forma, optamos por analisar a unidade de postagem, ou seja, a junção do formato estático ou *reels*, com suas respectivas legendas e transcrições do formato de vídeo, organizando os dados em

dois grandes agrupamentos. O primeiro, contendo informações referentes ao Instagram, abrange:

- a. Período analisado: do dia 1º de janeiro de 2023 a 10 de abril de 2023, correspondendo aos 100 primeiros dias de 2023;
- b. Tipo de postagem: estático ou *reels*;
- c. Descrição da postagem: breve descrição e informações sobre a postagem;
- d. Transcrição de vídeos: transcrição com minutagem dos *reels* analisados;
- e. Legenda: texto de apoio utilizado nas postagens.

Os formatos selecionados para discussão correspondem a dois dos cinco recursos disponíveis na plataforma: *reels*, postagens estáticas, *lives*, *stories* e destaques. Para a realização do estudo, consideramos apenas os formatos datados e que possibilitam a coleta posterior a 24h, o que exclui os *stories* e destaques. Já as *lives* foram desconsideradas, pois não foram utilizadas nos perfis analisados.

De acordo com o Instagram (2024)³⁵, o *reels* é uma ferramenta de vídeos curtos (até 1 minuto e 30 segundos) que disponibiliza para o usuário diferentes ferramentas para edição, locução e remix de vídeos. Com o crescimento e popularização, o algoritmo do Instagram tem intensificado a entrega de conteúdos publicados como *reels*, possibilitando impactar mais pessoas com esse tipo de formato.

O recurso *lives*, por outro lado, permite a realização de entrevistas, transmissões de eventos e contato direto com o público, sendo possível agendar e publicar o conteúdo veiculado posteriormente. Já o formato estático consiste na publicação de fotos, imagens ou artes, seja de forma única ou em carrosséis com o limite de 20 imagens.

Por sua vez, o *stories* permite a publicação de conteúdos com duração de 24h, oferecendo diferentes recursos para uso, como filtros, enquetes, perguntas, menções e inserção de links, músicas e fotos, como discorre a autora. Por fim, os destaques permitem fixar conteúdos na página principal do perfil do usuário, sejam postagens estáticas, *reels* ou *stories* (Berticelli, 2022). Porém, como a datação dos conteúdos ocorre apenas por meio do número de semanas decorridas desde a publicação, sem uma definição exata, esse formato foi excluído da análise.

Já o segundo grupo da coleta de dados compreende as tipologias de campanha feminina de Luciana Panke (2016), classificando cada postagem como Guerreira, Maternal e Profissional, para que, ao final da coleta, possamos identificar qual arquétipo se sobressai na

³⁵ Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/features>. Acesso em: 2 jun. 2024.

imagem pública de cada ministra analisada. Em um estudo realizado em 2021, a autora apresentou uma revisão dessas tipologias para aplicação em narrativas audiovisuais televisivas, mais especificamente utilizadas durante os conteúdos produzidos para o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no Brasil (HGPE). Em um primeiro momento, Panke (2021) aponta que os aspectos de “[...] análise das estratégias em audiovisual de campanhas eleitorais são baseados em Ibinarriaga e Hasbun (2012) e Eco (1993)” (Panke, 2021, p. 455), que consideram elementos verbais e não verbais, imagéticos, estéticos, gráficos e sonoros, construindo a relação existente entre as características arquetípicas de cada tipologia e os códigos icônicos, linguísticos e sonoros, como podemos observar no quadro a seguir.

QUADRO 2 - RELAÇÃO ENTRE CÓDIGOS E CARACTERÍSTICAS ARQUETÍPICAS

	GUERREIRA	MATERNAL	PROFISSIONAL
Código Icônico	<p>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</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
Código Linguístico	<p>Discurso propositivo; de ataque e de denúncia Problema <i>versus</i> solução Argumentos de desqualificação</p>	<p>Referências a cuidado das pessoas e dos filhos biológicos Fala mais conciliadora. Transmite uma escuta atenta</p>	<p>Enfatiza preparo e experiência profissional, carreira e histórico. Demonstração de capacidade. Prestação de contas</p>
Código Sonoro	<p>Trilha sonora e voz combativas Ambientação ou silenciosa (drama) ou ruidosa (ação)</p>	<p>Trilha suave, voz conciliadora e acolhedora</p>	<p>Trilha superação, vitória e voz assertiva</p>

FONTE: Luciana Panke (2021).

A partir da adaptação dos arquétipos de campanhas femininas para a linguagem televisiva, Panke (2021) descreve características audiovisuais presentes nos códigos linguísticos, icônicos e sonoros, diferenciando os aspectos ligados às tipologias Guerreira, Maternal e Profissional. Dessa forma, ao buscarmos compreender a projeção da imagem pública das ministras durante os 100 primeiros dias do governo Lula, em 2023, por meio de suas postagens nas contas oficiais pessoais no Instagram, utilizaremos essas tipologias arquetípicas como base para a análise, considerando com a unidade de postagem – que inclui imagem, vídeo e legenda, conforme exposto acima.

Para tanto, diferente das características audiovisuais de campanhas tradicionais, como no caso do HGPE, o Instagram apresenta limitações e possibilidades distintas dos meios audiovisuais, devido ao tempo de vídeo (de 30 a 90 segundos), ao limite de 2.200 caracteres nas legendas e à estrutura de carrosséis de imagens e vídeos, com no mínimo duas mídias e, no máximo, 20 mídias³⁶. O quadro abaixo apresenta três diferentes categorias analisadas em cada uma das variáveis Guerreira, Maternal e Profissional (Panke, 2016). Cada uma compreende pontos que auxiliam na compreensão de como a imagem pública é projetada, classificando cada unidade de postagem categorizada, como vestimentas, expressões faciais, linguagem, trilha sonora, entre outras.

Levando isso em consideração, determinados aspectos analisados foram adaptados para o contexto da rede social, ocorrendo de forma central em: a) “audiovisual (*reels*)”, na qual adaptamos a linguagem televisiva para a minutagem permitida pela plataforma, bem como a ambientação e a limitação de uso de trilhas sonoras, uma vez que o Instagram passou a bloquear determinadas músicas por violação de direitos autorais³⁷; b) características relacionadas ao uso pessoal da rede social, considerando que se tratam dos perfis oficiais das ministras do governo federal, fazendo com que conteúdos informais e diários estejam presentes nas postagens, diferente de campanhas televisivas; c) as tipologias são indicadas no código linguísticos a partir da aproximação com o público, típico da rede analisada, variando a fala de forma direta, suave ou técnica, ressaltando certas perspectivas de acordo com a imagem projetada, refletindo também no uso (ou não) de emojis.

Assim, realizamos a adaptação dos arquétipos à linguagem da plataforma, relacionando os diferentes códigos para possibilitar a realização do estudo no contexto das redes sociais, uma vez que os arquétipos seguem a mesma lógica, alternando apenas a linguagem utilizada. Por exemplo, a adaptação devido ao menor tempo de vídeo, direitos autorais de imagem e/ou músicas, *takes* simples, pouco uso de trilhas sonoras, foco na imagem da ministra e linguagem simplificada, como exposto anteriormente.

Com base no quadro de Panke (2021) apresentado anteriormente, estruturamos, na tabela abaixo, as características ressaltadas pelas tipologias para o contexto do Instagram, dividindo-as em três categorizações distintas. A primeira, chamada de características imagéticas, é relacionada à imagem presente nos dois formatos de postagem analisados

³⁶ Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/post-carrossel-no-instagram/>. Acesso em: 29 jun. 2024.

³⁷ Disponível em: https://web.facebook.com/help/instagram/126382350847838?_rdc=1&_rdr. Acesso em 29 jun. 2024.

(estático e *reels*), na medida em que pauta os aspectos como expressão facial, postura, roupas, cores e presença de elementos secundários, como animais, crianças e figuras de autoridade.

A segunda, características de vídeo, diz respeito apenas ao formato *reels*. Nela, analisamos o uso de trilhas sonoras, *takes* e cenas escolhidas, como comícios, gabinetes ou cenas em meio a natureza. Já a terceira categoria, texto de suporte, é referente à legenda de cada unidade de postagens analisada, em que compreendemos a forma com que o texto se comunica, seja uma linguagem direta, suave ou técnica.

QUADRO 3 - ASPECTOS ANALISADOS DOS CÓDIGOS ARQUÉTIPOS DE PANKE (2021) PARA O INSTAGRAM

	ASPECTOS	GUERREIRA	MATERNAL	PROFISSIONAL
IMAGÉTICO	Vestimenta	Típicas/culturais, casuais, masculinizadas, roupa esportiva (quando não relacionada a atuação), sapatos baixos e informais.	Roupa formal incompleta, presença de estampas, peças com bordados, babados e pedrarias.	Roupa formal completa, roupa esportiva (quando relacionada a atuação), sapatos sociais.
	Acessórios	Acessórios grandes e com cores fortes ou culturais; foge do delicado; pode não utilizar.	Acessórios com brilhos; anéis, alianças, pulseiras e colares com pedrarias, pérolas e similares.	Acessórios discretos, como broches, brincos e colares pequenos, aliança e anéis delicados e com pouco brilho.
	Cores	Cores fortes, marcantes e vivas, como vermelho e laranja; estampas típicas/culturais, com mais informações.	Cores femininas, como rosa, branco, lilás e off white; presença de outros tons pastéis e claros; estampas delicadas.	Cores neutras e executivas, como azul, cinza e preto; presença de estampas discretas, como a risca de giz.
	Expressão facial	Expressão fechada ou de contestação e luta (cenas com gritos e comemorações).	Expressão serena e alegre.	Expressão séria ou com sorrisos contidos.
	Postura	Mãos levantadas, braços cruzados.	Mãos ao lado do corpo, abraços, mãos dadas, postura de proximidade com outras pessoas, crianças ou animais.	Mãos ao lado do corpo ou gesticulando, postura séria ao posar com outras pessoas.
	Presença de crianças	Não há.	Sim.	Sim, mas ao relacionar com sua atuação (visita em ambientes públicos).
	Presença de animais	Sim, mas em relação à sua luta (como proteção animal).	Sim.	Pode haver, desde que relacionada diretamente à sua atuação.
	Presença de familiares	Pode haver, desde que relacionada à sua luta (militância familiar, pessoas que inspiraram).	Sim, em relação direta afetiva (pais, filhos e cônjuge).	Pode haver, mas com relação ao familismo (pais/cônjuges/filhos que já ocuparam cargos).
	Presença de políticos	Sim, mas em relação à sua luta e militância.	Sim, mas em relação a inspirações e amizade.	Sim.

	Presença de líderes de movimentos sociais	Sim.	Não há.	Sim, mas ao relacionar com sua atuação (como reuniões).
	Presença de minorias	Sim, mas em relação à sua luta e militância.	Sim, mas relacionado ao cuidado de minorias.	Sim, mas em relação com a sua atuação.
AUDIOVISUAL (REELS)	Duração do take	Pode se apresentar em diferentes durações, desde que construído de forma dinâmica.	<i>Takes</i> curtos.	<i>Takes</i> longos.
	Ambiente	Cenas de protesto, manifestações e comícios.	Pode ocorrer cenas em ambientes íntimos, como sua casa ou em ambientes abertos, como parques.	Ambientes oficiais, como gabinetes, congresso, assembleia e eventos.
	Perspectiva da imagem	câmera alta, dinâmica e com cortes rápidos/secos.	Câmera alta, cortes suaves e prolongados.	Câmera normal, sem dinamismo e suavidade.
	Ação da cena	Posição de liderança, iniciativa e em meio a multidões; braços elevados, gritos; imagem energética.	Posição de cuidadora; abraços com crianças, idosos ou minorias; presença de sorrisos, lágrimas e sensibilidade.	Posição de seriedade e foco na atuação; visita em locais com relação à sua atividade profissional, desde quadras esportivas a desastres ambientais.
	Trilha sonora	Trilha sonora tensa e vozes em sintonia.	Trilha sonora emocionante, risos de crianças, sons de animais.	Trilha sonora instrumental, com padrão de comunicações institucionais.
	Narração	Sim, mas em relação à sua luta e militância.	Sim, mas de forma emotiva e sensível.	Pode haver, mas enfatizando seu trabalho e atuação.
LINGUÍSTICO (LEGENDA)	Aspectos em destaque	Presença de aspectos de comando, contestação, críticas e denúncias.	Presença de aspectos sensíveis, conciliadores, nostálgicos e emotivos.	Presença de aspectos profissionais, competentes e com foco na gestão.
	Aspectos gerais	Linguagem direta, dura e questionadora.	Linguagem suave e que demonstra proximidade com o público.	Linguagem técnica, explicativa e focada na pessoa.
	Uso de emojis	Pode haver, mas em relação à sua luta e militância.	Sim.	Não.

FONTE: a autora (2024), com base em Panke (2016, 2021).

Dessa forma, realizamos a coleta manual, tabulação e categorização de cada unidade de postagens, que podem ser acessadas nos anexos deste trabalho. No subcapítulo a seguir, apresentaremos os resultados, gráficos e tabelas produzidas com a classificação da imagem das ministras.

4.3 A IMAGEM PÚBLICA DAS MINISTRAS DO GOVERNO FEDERAL

Para a análise da imagem pública das ministras do governo federal, apresentaremos inicialmente os resultados gerais obtidos por meio da coleta dos dados. Nesse primeiro momento, serão expostos os dados referentes a cada uma das tipologias, características projetadas pela imagem das ministras que se conectam aos arquétipos Guerreira, Maternal e Profissional, além de exemplos que auxiliam no entendimento da aplicação de cada um dos casos.

Por conseguinte, no tópico “Análise comparativa dos resultados”, trataremos sobre as relações encontradas por meio de um olhar mais amplo para todas as ministras, discorrendo sobre as similaridades e diferenças do uso das tipologias em cada um dos perfis estudados.

4.3.1 Ana Moser - ministra do Esporte

Ana Beatriz Moser³⁸, 55 anos, nascida em Blumenau, Santa Catarina, é uma das mais importantes atletas da história do vôlei feminino brasileiro. Iniciando no esporte aos 7 anos, mudou-se para São Paulo com 16, após ser convocada para a seleção infantojuvenil e chegou à Seleção Brasileira em 1987, disputando três edições dos Jogos Olímpicos: Seul (1988), Barcelona (1992) e, por fim, Atlanta (1996). “Conquistou a tão sonhada medalha olímpica, a primeira do vôlei feminino, justamente em sua última participação. Em 1994, já havia obtido a inédita prata em Mundiais” (Comitê Olímpico Brasileiro, 2024³⁹).

Antes do início dos Jogos Olímpicos de Atlanta, Moser sofreu uma grave lesão no joelho e precisou passar por cirurgia. Mas, mesmo assim, disputou a competição, ganhando a medalha de bronze. Em 1999, devido às contusões sofridas durante sua carreira, despediu-se oficialmente das quadras, passando a se dedicar a projetos sociais e políticas esportivas, tornando-se ministra do Esporte em 2023.

Porém, em setembro do mesmo ano, foi exonerada do cargo pelo presidente Lula. Sobre isso, Moser afirmou ser “uma decisão política e representa um abandono do esporte no país” (CNN, 2023)⁴⁰, uma vez que pretendia conduzir uma gestão inclusiva, igualitária e democrática, como abordado em matéria da *CNN Brasil*. O cargo foi repassado ao então

³⁸ Todas as informações pessoais de Ana Moser foram retiradas do site oficial do Comitê Olímpico Brasileiro. Disponível em: <https://www.cob.org.br/pt/cob/time-brasil/atletas/ana-beatriz-moser/>.

³⁹ Fonte: <https://www.cob.org.br/pt/cob/time-brasil/atletas/ana-beatriz-moser/>. Acesso em: 2 de jun. 2024.

⁴⁰ Fonte: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/ana-moser-diz-a-cnn-que-saida-do-ministerio-do-esporte-foi-decisao-politica-abandono-do-esporte/>. Acesso em: 2 de jun. 2024.

Deputado Federal, André Fufuca (PP-MA) após a reforma ministerial. Ana Moser foi a segunda mulher a deixar o cargo, de um total de cinco pastas afetadas até janeiro de 2024: Gonçalves Dias, ministro do Gabinete de Segurança Institucional; Daniela Carneiro, ministra do Turismo; Ana Moser, ministra do Esporte; Márcio França, ministro de Portos e Aeroportos; e Flávio Dino, ministro da Justiça e Segurança Pública⁴¹.

Justamente pelo seu afastamento do ambiente público, o Instagram de Ana Moser possui um amadorismo durante os dois primeiros meses de 2023, com publicações que apresentam erros gramaticais, uso de abreviações, fotografias e vídeos de baixa qualidade produzidos pela própria ministra, além de um baixo número de postagens durante o período analisado – 34 postagens em 100 dias. Foi apenas a partir de março que seu perfil passou a apresentar um maior número de *reels* – um formato de publicação que tem intensificado a entrega gratuita de conteúdos na rede –, uma vez que, no período em questão, 75% das postagens foram republicações da página oficial do Ministério do Esporte, que possui uma profissionalização maior quando comparada a página oficial de Ana Moser.

FIGURA 2 - PUBLICAÇÃO DE ANA MOSER EM REUNIÃO COM MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO



Fonte: Instagram de Ana Moser⁴².

No período analisado, Ana Moser realizou apenas 34 postagens, sendo 18 no formato *reels* e 16 no formato estático. O formato *reels* esteve ligado a reuniões e eventos que a ministra participou, além de momentos em que se comunicava com mais intimidade com o público, geralmente com materiais mais simples e diretos. Já o formato estático foi mais

⁴¹ Fonte:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/lula-chega-a-5a-troca-de-ministro-relembre-as-mudancas-de-outros-presidentes-na-esplanada/>. Acesso em: 2 jun. 2024.

⁴² Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cocvoe3uXsy/?img_index=4. Acesso em: 30 jun. 2024.

utilizado nos primeiros dois meses estudados, projetando uma imagem mais séria e profissional, como retratado na imagem acima.

A baixa presença ativa no perfil é percebida ao observar a primeira publicação em que Moser aparece, de fato, como ministra em seu gabinete, que ocorreu apenas 25 dias após sua posse; a postagem mostra uma visita do deputado Bandeira Melo para discutir o cenário esportivo nacional, como percebemos na imagem abaixo. Na ocasião, a ministra aparece usando máscaras – fato que perdura por dois meses –, após ter contraído Covid-19 nas festividades da posse de Lula, o que também justificou seu afastamento das redes sociais.

Sua postura é séria, fazendo uso de roupas casuais esportivas, que ressaltam sua relação profissional com o ambiente esportivo. Da mesma forma, as características ligadas ao arquétipo Profissional são evidentes em suas falas sobre o trabalho a ser realizado no ministério, conforme é possível observar em trechos como “Temos de fazer valer o caráter transversal dos esportes para alinhar esforços com as diversas áreas” (Moser, 2023) e “[...] que será fundamental para garantirmos as políticas públicas que ampliem o número de pessoas que praticam atividades físicas no Brasil” (Moser, 2023).

FIGURA 3 - PUBLICAÇÃO DE ANA MOSER EM REUNIÃO COM O DEPUTADO BANDEIRA MELO



Fonte: Instagram de Ana Moser⁴³.

Assim como citamos anteriormente, as vestimentas utilizadas pela ministra em grande parte das suas postagens se relacionam diretamente com a sua carreira profissional no esporte, uma vez que ela se apresenta com roupas neutras, confortáveis e casuais, como moletoms, camisetas de times e tênis de corrida, destacando sua forte relação com o esporte, mesmo em posições de destaque dentro do governo federal. Tais peças de roupas, como podem ser vistas nas figuras 2 e 3, poderiam ser percebidas com certa “falta de

⁴³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cn2i4E_us51/?img_index=2. Acesso em: 2 jun. 2024.

profissionalismo” quando utilizadas em reuniões ministeriais e encontro com outras lideranças políticas, mas acabam se conectando à tipologia Profissional, considerando sua longa jornada dentro do esporte brasileiro, primeiro como jogadora da seleção feminina de vôlei e, posteriormente, em seu trabalho com escolas e ONGs voltadas ao incentivo ao esporte.

Moser também se apresenta em diversos momentos praticando atividades físicas, como o pilates, e compartilhando sua rotina diária de cuidados contra a artrose, doença que desenvolveu ao longo da carreira devido às lesões sofridas como atleta da seleção. Nessas postagens, a postura adotada pela ministra evidencia mais intimidade com seus seguidores, discorrendo em um tom informativo, como pode ser evidenciado no trecho: “Mat Pilates Básico com adequações pra ajudar o ombro esquerdo que está bem travado. Fortalecendo o power house para ajudar no alinhamento, pra trazer a força pro abdômen e relaxar um pouco ombros. Vamo q vamo” (Moser, 2023)⁴⁴. A fala indicada se refere a uma publicação de Moser praticando Mat Pilates, conforme pode ser visto na imagem abaixo.

FIGURA 4 - FRAME DE PUBLICAÇÃO EM VÍDEO DE ANA MOSER PRATICANDO MAT PILATES



Fonte: Instagram de Ana Moser⁴⁵.

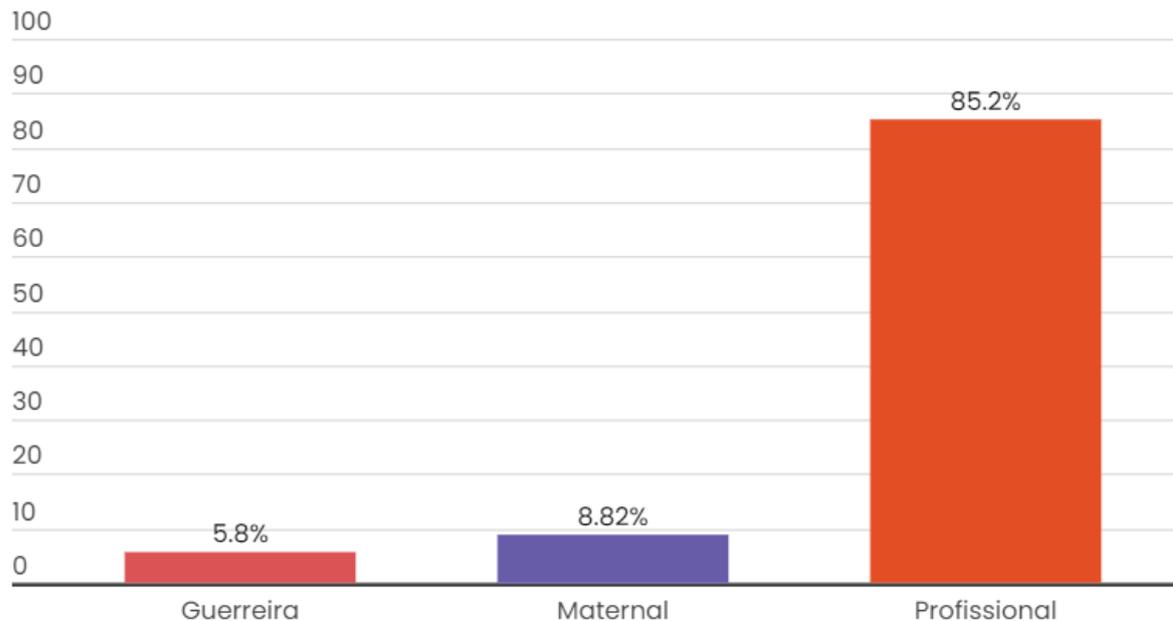
Dessa forma, a imagem pública que Ana Moser projeta é primordialmente pertencente ao arquétipo Profissional, presente em 85,2% das postagens analisadas, segundo é demonstrado no gráfico a seguir. Essa tipologia é utilizada quando há o destaque para a atuação de Moser no esporte, carreira que construiu durante anos como jogadora da seleção feminina de voleibol. Suas postagens projetam uma imagem de competência, apresentando-a como uma referência no assunto, desde ao lembrar momentos em que esteve em quadra, à

⁴⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cof7hVkgA13/>. Acesso em: 2 jun. 2024.

⁴⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cof7hVkgA13/>. Acesso em: 2 jun. 2024.

frente de ONGs de apoio ao esporte, ou no exercício do cargo de ministra do Esporte, participando de reuniões ministeriais, gabinetes políticos e eventos internacionais.

GRÁFICO 5 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR ANA MOSER NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2024).

Outro aspecto relevante diz respeito ao seu papel de informar a população sobre o esporte e a relação com a manutenção da saúde, algo presente em diversas postagens em que Moser se apresenta praticando pilates e corrida. No trecho destacado abaixo, Ana Moser anda pelo parque enquanto fala sobre a importância do exercício físico para a saúde da mulher, em uma publicação especial para o Dia Internacional da Mulher, em 8 de março de 2023:

Olá, um recado para as mulheres da importância da prática de atividade física e os benefícios da saúde para a mulher. Não precisa ser atleta, esportista ou ir na academia todos os dias. O importante é começar a se movimentar, incluir a rotina de movimento no dia a dia, caminhadas, alongamentos, já é um começo. Atividade física melhora a condição geral da vida da gente. Mais força, mais domínio do próprio corpo, menos doenças, menos problemas crônicos como pressão alta, como diabetes. A condição da circulatória, de um modo geral, melhora pra todo mundo, além do convívio e da troca estar conectada com outras mulheres cuidando de si. Isso é muito poderoso. E a gente sabe que as mulheres têm inúmeras funções e atividades, normalmente preocupadas tanto com os outros, com a família, com o trabalho. Mas temos que cuidar de nós também. Força mulherada! Vamos à luta, vamos nos movimentar (Moser, 2023)⁴⁶.

⁴⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpiDVqIgA6U/>. Acesso em: 29 jun. 2024.

Na fala, percebemos o tom informativo, enfatizando que a importância do exercício físico vai além de uma prática diária ou intensa, mas sim incorporado a uma rotina de movimentar o corpo, como evidenciado no trecho “Mais força, mais domínio do próprio corpo, menos doenças, menos problemas crônicos como pressão alta, como diabetes. A condição da circulatória, de um modo geral, melhora pra todo mundo, além do convívio e da troca estar conectada com outras mulheres cuidando de si”. Fragmentos como esse destacam sua imagem profissional ao demonstrar seu conhecimento esportivo e de qualidade de vida, além de enfatizar a linguagem técnica, explicativa e focada no indivíduo.

Assim, a imagem projetada de Moser evidencia seu trabalho no Ministério do Esporte por meio de publicações de entrevistas para jornais e revistas brasileiras, presença em eventos nacionais e internacionais, falas na Câmara dos Deputados, entre outras atividades, sendo a tipologia Profissional a receber o maior destaque em sua imagem. Em diferentes momentos, Moser aborda temas como violência, desigualdade e a criação de oportunidades através de projetos sociais, mas tais pontos se dão atrelados ao seu trabalho e trajetória nestes ambientes.

FIGURA 5 - PUBLICAÇÃO DE ANA MOSER PRATICANDO MAT PILATES



FONTE: Instagram de Ana Moser⁴⁷.

Em seguida, há um pequeno destaque para a tipologia Maternal, presente em 8,82% do total de postagens analisadas, correspondendo a apenas três momentos. O primeiro deles, exemplificado na publicação acima, está relacionado a um momento de fragilidade de Moser

⁴⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Coa3PDKsn2-/?img_index=1. Acesso em: 30 jun. 2024.

ao falar de sua luta diária contra lesões, uma condição que ela enfrenta desde quando estava em quadra. A tipologia Maternal se dá justamente por demonstrar suas dores e falar de um tópico sensível que a acompanha, como pode ser observado no seguinte trecho da legenda da publicação: “Mas começou assim, eu na minha luta diária contra o desalinhamento que a artrose no joelho acarreta”. Ainda assim, Moser mantém a seriedade e faz uso de roupas informais, que não pertencem aos atributos do Maternal.

Além disso, a tipologia se sobressai, em um segundo momento, em uma publicação nostálgica de sua carreira como jogadora e, em um terceiro, ao se solidarizar com atletas da seleção brasileira que enfrentam lesões. Nessas publicações, Moser se apresenta com traços de amparo, cuidado, felicidade e saudosismo, conectando-se com o público ao expor fragilidades enfrentadas também por outras pessoas, principalmente do meio esportivo, como pautado por Charaudeau (2013) com o *ethos* de identificação. Nas publicações associadas à tipologia Maternal, apesar da ministra do Esporte manter um tom sóbrio e com pouca carga emocional na forma de se comunicar, sua atenção com os tópicos sensíveis ressaltam as características ligadas ao cuidado com a população, companheirismo e apoio.

Como abordamos anteriormente, a publicação abaixo se relaciona com a tipologia Maternal por apresentar Moser emotiva ao comemorar os 23 anos de sua despedida das quadras. Na narração, o contato direto com o público, o reconhecimento e o carinho dos torcedores são evidenciados, com a presença de amigos, familiares e, principalmente, sua mãe, que a acompanha até o centro da quadra.

FIGURA 6 - FRAME DE PUBLICAÇÃO DE ANA MOSER



FONTE: Instagram de Ana Moser⁴⁸.

⁴⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cp_UAvFAcNd/. Acesso em: 30 jun. 2024.

Conforme pode ser observado na publicação referente à figura 6 acima, Moser caminha de mãos dadas com sua mãe até a quadra, derramando lágrimas com suas parceiras de equipe, enquanto os torcedores aplaudem sua despedida das quadras. Carregando forte teor emotivo, a legenda também enfatiza sua jornada, como nos trechos “Ana Moser vai ecoar no coração das crianças que estão fazendo a opção pelo voleibol”, “o contato direto com o público, o reconhecimento, o carinho dos torcedores” e ao citar o choro de Leila e Ana Moser:

Daqui pra frente, o que representa Ana Moser vai ecoar no coração das crianças que estão fazendo a opção pelo voleibol. [...] Você acompanhando os últimos momentos, o contato direto com o público, o reconhecimento, o carinho dos torcedores. Aí Ana Moser. São jogadores da escolinha aqui do São Caetano. Ana Moser vai passar agora exatamente pela área onde está, área reservada, onde estão seus amigos e familiares. E agora com dona Julieta. Veja aí. É a mãe de Ana Moser. Elas vão juntas pro centro da Quadra, Ana Moser e Julieta Moser. As 2 posicionadas no centro da Quadra, choro de Leila, Ana Moser tenta conter as lágrimas, que missão difícil para Ana Moser (Moser, 2023)⁴⁹.

Por fim, a tipologia Guerreira recebe um pequeno realce em apenas dois momentos, correspondendo a 5,8% das publicações do período avaliado. A tipologia se torna atrelada à imagem de Ana Moser em assuntos que evidenciam o seu trabalho em projetos sociais, principalmente quando pautados em questões de igualdade, dando visibilidade às discussões de incentivo ao esporte para minorias, ou ao tratar do ataque do 8 de janeiro de 2023⁵⁰ e da luta pela democracia. Ambas as publicações ocorreram uma após a outra, sendo a primeira e segunda postagem no Instagram de Moser no período escolhido para ser analisado nesta pesquisa.

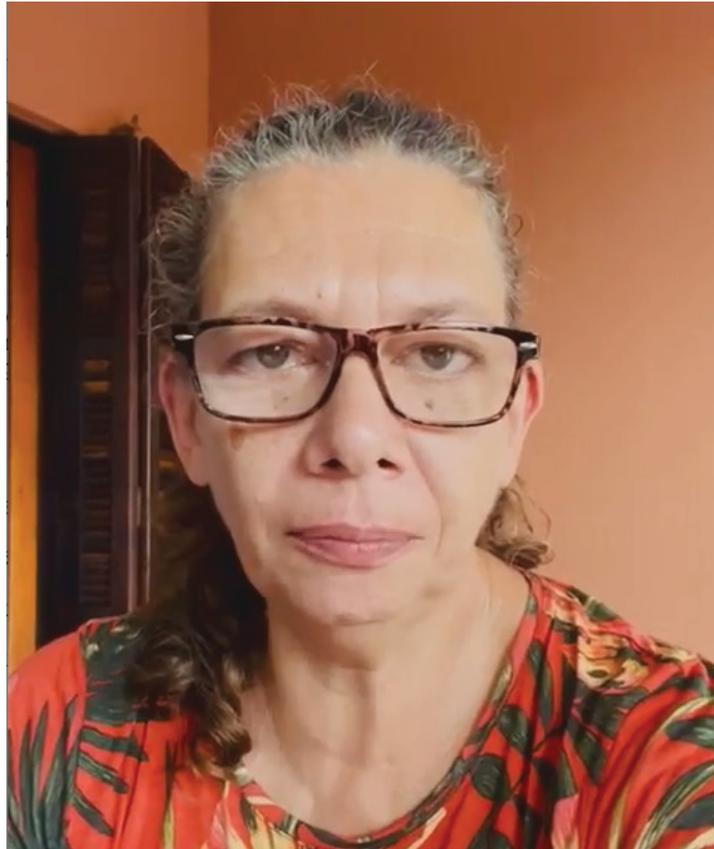
Na publicação acima, não há o uso de legendas de apoio, fazendo com que o conteúdo seja apenas audiovisual. Nela, Moser destaca seu trabalho remoto devido à Covid-19, doença que contraiu durante a celebração de posse do Ministério do Esporte, mas também pauta sobre os ataques ocorridos à democracia brasileira, como presente em sua fala no seguinte trecho: “E apesar de todos, toda a agressão feita a democracia no dia de ontem em Brasília, estamos todos firmes trabalhando, defendendo essa nossa democracia e fazendo o que é preciso: trabalhar pelas políticas públicas para atender da melhor maneira a nossa população”. A imagem projetada por Moser é séria, dura e de contestação, fazendo uso de

⁴⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cp_UAvFAcNd/. Acesso em: 2 jun. 2024.

⁵⁰ No dia 8 de Janeiro de 2023, milhares de pessoas foram até a Praça dos Três Poderes e invadiram as sedes do executivo, legislativo e judiciário, destruindo artes, móveis, janelas e demais bens materiais do governo, gravando todo o ataque para publicar na internet. Elas defendiam um golpe militar para que Jair Bolsonaro, após perder as eleições, retornasse ao poder, pedindo auxílio das forças armadas. Estima-se que o prejuízo atingiu a casa dos R\$20 milhões de reais. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2024/01/07/atentado-de-8-de-janeiro-ja-e-fato-historico-mas-ainda-precisa-ser-enfrentado-pelo-pais/>. Acesso em: 2 jun 2024.

cores fortes e estampas chamativas, características marcantes da tipologia Guerreira. Além disso, sua linguagem é direta, questionadora e com tom de denúncia ao tratar sobre a invasão ao Congresso Nacional, reforçando a vinculação ao arquétipo em questão, como podemos observar na imagem acima (figura 7).

FIGURA 7 - *FRAME* DE PUBLICAÇÃO DE ANA MOSER



FONTE: Instagram de Ana Moser⁵¹.

Por conseguinte, na tabela abaixo percebemos a distribuição mês a mês das publicações e suas respectivas tipologias. Durante o mês de janeiro, percebemos a predominância do arquétipo Profissional, assim como nos meses seguintes, seguido da tipologia Guerreira, com duas publicações no período em questão. A primeira publicação, por exemplo, refere-se à posse de Moser como ministra do Esporte, com um *reels* das crianças que participam do Instituto Esporte e Educação assistindo e comemorando sua posse. Essa postagem se enquadra na tipologia por demonstrar os movimentos sociais e as pautas que Moser está conectada, sendo uma imagem de representatividade para jovens atletas.

⁵¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnNUew7BBvj/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

TABELA 1 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	28,5%	---	71,4%	7
Fevereiro	---	20%	80%	10
Março	---	7,14%	92,8%	14
Abril	---	---	100%	3

FONTE: a autora, 2024.

Já em fevereiro, observamos um destaque secundário para a tipologia Maternal, com duas postagens no mês. Em uma delas, como citamos anteriormente, Moser fala sobre suas lesões e a luta diária pela recuperação, com um *reels* de si mesma praticando pilates. Além disso, ao usar uma camiseta da delegação do Vasco da Gama (figura 5), a ministra também agradece o carinho do time e o apoio recebido, evidenciando os aspectos emocionais na postagem em questão. Já em março, assim como apontado nos resultados finais da coleta, mantém-se o perfil de Moser com a predominância dos aspectos Profissionais. Em abril, por fim, ocorre uma divisão atípica em decorrência do pequeno número de postagens no período, com apenas três publicações, já que o período de análise se encerra no dia 10 de Abril.

Assim, Ana Moser projeta sua imagem baseada no profissionalismo, representado por sua carreira esportiva, sendo uma personalidade de referência para o voleibol feminino brasileiro. Porém, isso acaba afetando a sua imagem ao se apresentar com roupas mais simples, postura séria e, muitas vezes, masculinizada. Sua imagem esteve diretamente vinculada ao Ministério do Esporte, com diversas publicações repostadas por Moser, algo que praticamente não ocorreu com outros perfis analisados, os quais serão discutidos a seguir.

4.3.2 Anielle Franco - ministra da Igualdade Racial

Anielle Francisco da Silva⁵², mais conhecida como Anielle Franco, tem 40 anos, nasceu no Complexo da Maré, no Rio de Janeiro, e é a atual ministra do Ministério da Igualdade Racial. Sua adolescência foi marcada pela participação em programas governamentais de bolsas esportivas, por meio dos quais teve a oportunidade de viver por doze anos nos Estados Unidos, conciliando sua vida de atleta com os estudos, “[...] passando por diversas escolas como a Navarro College, em Corsicana, no Texas, na Louisiana Tech University, na North Carolina Central University e a Florida A&M University. Sendo essas

⁵² Informações biográficas de Anielle Franco foram retiradas do site oficial do Instituto Marielle Franco: <https://www.institutomariellefranco.org/anielle-franco>. Acesso em: 27 de out. 2024.

duas últimas instituições historicamente negras [...]” (Instituto Marielle Franco)⁵³, influenciando seu pensamento antirracista e a se entender enquanto mulher negra desde cedo.

Anielle Franco é jornalista, formada em licenciatura em Inglês/Literaturas, mestra em relações étnico-raciais pelo CEFET/RJ e doutoranda em Linguística Aplicada pela UFRJ. É diretora do Instituto Marielle Franco, mãe de duas meninas e filha de uma família de mulheres negras nordestinas, de acordo com o Instituto Marielle Franco. Eleita em 2023 como uma das mulheres do ano pela revista *Time* devido à sua influência e atuação à frente do Ministério da Igualdade Racial, Anielle teve sua trajetória desviada do caminho acadêmico com o assassinato de sua irmã mais velha, Marielle Franco, em 2018.

Marielle Franco era socióloga, mestra em administração pública e vereadora do Rio de Janeiro. No dia 14 de março de 2018⁵⁴, Marielle, Anderson Gomes e sua assessora parlamentar voltavam de um encontro de mulheres negras no bairro da Lapa, no Rio de Janeiro, quando o veículo em que estavam foi atingido por 13 disparos de arma de fogo, resultando na morte de Marielle, com quatro tiros em sua cabeça, e de Anderson Gomes, com outros três. O desfecho do crime ocorreu apenas seis anos depois, “[...] com a prisão dos assassinos, os ex-policiais militares Ronnie Lessa e Elcio Queiroz, e os suspeitos de serem os mandantes, os irmãos Chiquinho e Domingos Brazão, além do chefe da Polícia Civil na época da morte, o delegado Rivaldo Barbosa” (Memória Globo, 2021).

Perante a morte de Marielle e a falta de resolução do caso nos anos que se seguiram, a frase “Quem mandou matar Marielle?” foi usada em diversos momentos, locais e aparições públicas como forma de cobrança para que o caso fosse solucionado, repercutindo em todo o Brasil e pelo mundo, de acordo com informações do Memória Globo (2021). Justamente por isso, Anielle Franco assumiu a liderança na busca de justiça por Marielle e na defesa das causas apoiadas por sua irmã, transformando-a em uma referência do movimento negro no Brasil (G1, 2023⁵⁵). Em entrevista à revista *Time*, Anielle fala sobre como nunca havia pensado em ingressar na política antes da tragédia familiar e que esse caminho se tornou uma cicatriz marcada pelo luto e pela dor da perda da irmã:

Eu nunca tinha pensado em ser política antes da morte da minha irmã, diferente dela. Assim, a Mari sempre teve isso muito enraizado nela por vários motivos e vários

⁵³ Disponível em: <https://www.institutomariellefranco.org/anielle-franco>. Acesso em: 27 de out. 2024.

⁵⁴ Informações do caso extraídas da cobertura completa realizada pela Memória Globo: https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/noticia/caso-marielle.ghml#ancora_1. Acesso em: 27 out. 2024.

⁵⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/03/02/anielle-franco-esta-na-lista-das-mulheres-do-ano-da-time.ghml#artigo>. Acesso em: 27 out. 2024.

fatores assim que a levavam até esse lugar. Ela era muito família, era muito alegre, ela era muito vaidosa, era muito justa com que ela acreditava. Ela falava, vamos, se não for depois, eu vejo o que eu faço. Ela tinha mais esse jeitão assim do vou fazer e vida que segue. Eu perdi um pouco o medo do erro e do acerto depois que mataram a minha irmã assim porque eu fiquei mais, eu fiquei muito mais reativa agora, sabe? Eu, agora, eu dificilmente eu me calo diante de alguma situação que eu não goste ou que eu não me sinta segura, por exemplo. Eu mudei um pouco depois que a gente perdeu ela e para além de reativa, fiquei mais empoderada, eu diria. Todos os dias aqui. A gente precisa comprovar que a gente tem capacidade de estar aqui, né? Não só por ser mulher, mas por ser negra da favela, mas também, principalmente, por ser irmã da Mari (Anielle Franco, 2023⁵⁶)

Desse modo, os temas centrais das publicações de Anielle Franco incluem a luta pelos direitos das pessoas negras, a preservação da memória e da história das comunidades escravizadas no Brasil Colônia, a presença feminina em espaços de poder, seu trabalho como ministra do governo federal, sua maternidade, vida pessoal e, claro, a forte presença da figura de Marielle, envolvendo o luto vivido pela família e a cobrança pela resolução do caso que, no período analisado neste trabalho, ainda permanecia sem solução.

Assim, devido ao seu destaque midiático à frente da luta por justiça no caso do assassinato de sua irmã, Anielle mantém uma conta profissional e ativa, com um total de 118 publicações no período analisado. Destas, 45 publicações são no formato *reels*, e 73 pertencem ao formato estático – fotos, informativos ou carrosséis. O formato de vídeo utilizado pela ministra da Igualdade Racial emprega uma linguagem informal e, muitas vezes, mostra detalhes pessoais da sua vida, como nos momentos em que suas filhas participam de reuniões no gabinete do ministério.

Anielle também investe no formato para resumir sua agenda ministerial durante a semana, abordando os principais acontecimentos em uma série de vídeos intitulada “O corre da ministra”. Nesses *reels*, a ministra apresenta de maneira informal as reuniões ministeriais, encontros com lideranças políticas ou de movimentos sociais, viagens e visitas, apresentando para o público o trabalho do ministério de forma simplificada e pessoal. Já no formato estático, destacam-se publicações de fotos da ministra em compromissos oficiais, acompanhada de lideranças políticas e/ou sociais, em eventos e, principalmente, com a presença de outras mulheres de grupos minoritários.

Dessa forma, o Instagram de Anielle Franco integra tanto sua vida pessoal quanto sua vida profissional e política, ressaltando momentos em família, com suas filhas e seu marido. Tais características são apresentadas pela tipologia Maternal, que representa 19,49% de suas publicações, mostrando uma ministra que é mãe, esposa, filha e amiga, como ilustrado

⁵⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpTTYUSp1lz>. Acesso em: 22 out. 2024.

na imagem abaixo. A publicação em questão traz diversas fotos de Anielle e seu esposo, Carlos Alberto, em comemoração aos cinco anos de união. Nessas publicações, percebemos a tipologia Maternal ao evidenciar atributos como informalidade, expressões serenas e felizes, afetividade e sensibilidade, seja nos aspectos imagéticos, audiovisuais ou textuais.

FIGURA 8 - PUBLICAÇÃO DE ANIELLE FRANCO AO LADO DE SEU MARIDO E FILHAS



FONTE: Instagram de Anielle Franco⁵⁷.

Além disso, a maternidade de Anielle Franco é ressaltada em diferentes momentos e contextos, sem, necessariamente, representar tal tipologia. Nesses casos, a ministra aborda questões como a dupla jornada de trabalho que mães enfrentam, mesmo ao receberem apoio familiar para o cuidado com os filhos e a presença deles no ambiente de trabalho, como em uma publicação que mostra Anielle junto de sua filha mais nova, que estava febril, em meio ao gabinete do ministério enquanto trabalhava.

⁵⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/aniellefranco/p/Co20VXDpPd/>. Acesso em: 8 nov. 2024.

FIGURA 9 - PUBLICAÇÃO DE ANIELLE FRANCO TRABALHANDO ABRAÇADA A SUA FILHA



Fonte: Instagram de Anielle Franco⁵⁸.

Mesmo tratando sobre o seu papel profissional, nesses casos o teor maternal é ressaltado, isso ocorre ao Anielle apresentar sensibilidade e amor não apenas pelas suas filhas, mas também pela possibilidade de mudança através da sua atuação à frente do Ministério da Igualdade Racial. Nessa publicação, a ministra ressalta:

Precisamos falar mais sobre mães na política. [...] Ser mãe, trabalhar, ser chefe do lar, em uma jornada contínua de trabalho, não é fácil. Estar na política tampouco. É exaustivo, a gente fica alerta o tempo todo, tenta se desdobrar em mil. Entre uma agenda, reuniões e decisões políticas, a gente fica se dividindo em ligar pra escola das crias, checar se aquela febre baixou, tentar negociar horários, e mais tantas outras coisas. Tem horas que a gente quer chorar de cansaço, tem horas que a gente se questiona se vai conseguir. Mas aí você encontra a sua filha, pega ela no colo e vê ela no sofá durante a reunião com o Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, enquanto falamos sobre acesso à direitos e políticas para segurança alimentar de mulheres negras, e tudo faz sentido. Aquela parte do seu coração que bate fora do peito, como costume dizer, faz valer todo o esforço. Quando recebi a notícia de que seria uma das selecionadas para ser Mulher do Ano pela TIME, as primeiras primeiras pessoas que pensei foram nelas, as minhas filhas. Um dia elas e outras meninas negras vão poder olhar, se reconhecer e se imaginar em espaços que antes, nós e nossas mães velhas, nunca pudemos ocupar. É por elas, por milhões de meninas, pelas suas mães, pelas suas netas, e todas as famílias brasileiras que a gente segue. Para que todas as mães, em toda sua diversidade, possam estar e seguir em todos os espaços, sendo e fazendo tudo o aquilo querem (Anielle Franco, 2023)⁵⁹.

⁵⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpXraj6rM-b?img_index=1. Acesso em: 8 nov. 2024.

⁵⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpXraj6rM-b?img_index=1. Acesso em: 8 nov. 2024.

Em outro momento, a ministra aborda a morte de sua irmã, Marielle Franco, e, mesmo falando sobre o desejo de justiça, a predominância da tipologia Maternal ocorre por demonstrar a dor da perda, além de muita emotividade e empatia com casos similares ao que ocorreu com sua irmã. Em um *repost* do perfil oficial do presidente Lula sobre a instituição do Dia Nacional Marielle Franco de Enfrentamento à Violência Política de Gênero e Raça, Anielle chora ao reforçar a necessidade de justiça e importância de manter viva a memória de Marielle⁶⁰.

Por sua vez, as publicações categorizadas na tipologia Guerreira são, em sua grande maioria, relacionadas ao assassinato de Marielle Franco e a luta para que houvesse respostas sobre o crime, correspondendo a 20,33% de suas postagens. Tais publicações se concentram no dia 14 de março de 2023, aniversário de cinco anos da morte da irmã mais velha de Anielle Franco e da instituição do Dia Nacional Marielle Franco, como citado anteriormente. Nessa data, a ministra publica um carrossel de fotos de diferentes momentos de Marielle Franco junto à família.

Na postagem em questão, a figura da irmã é relembrada como vereadora, mãe, esposa, liderança na luta contra o racismo e pelo crime político cometido contra ela. Anielle discorre sobre como, após cinco anos, este é o primeiro governo a buscar respostas e tentar encontrar a solução do crime, com declarações do presidente Lula, de Flávio Dino e do próprio Ministério da Igualdade Racial, comprometidos com a resolução do caso. Anielle Franco também dialoga sobre a importância do enfrentamento da violência de gênero e raça, reforçando seu compromisso como ministra e irmã, dizendo: “Sigo lutando por você, Mari, e por todo corpo negro que já tombou. Saber quem mandou matar Marielle é um dever da democracia” (Anielle Franco, 2023)⁶¹.

⁶⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpxfkjPgq09>. Acesso em: 8 nov. 2024.

⁶¹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpxRE-eLaBl?img_index=1. Acesso em: 8 nov. 2023.

FIGURA 10 - PUBLICAÇÃO DE ANIELLE FRANCO RELEMBRANDO SUA IRMÃ, MARIELLE



Fonte: Instagram de Anielle Franco⁶².

Nesse sentido, mesmo demonstrando sentimentalidade, as características ressaltadas em publicações categorizadas a partir do aspecto Guerreira revelam a figura de Anielle como uma liderança do movimento negro e da luta contra violências de gênero e raça, colocando foco em aspectos de comando, contestação, críticas e denúncias. Além disso, a imagem apresentada pela ministra da Igualdade Racial é marcada pelo uso de vestimentas com estampas típicas africanas, acessórios grandes e com cores fortes e/ou culturais que fogem do delicado ou tradicional, e a presença de cores fortes, marcantes e vivas, como vermelho e laranja, característicos de vestimentas com inspiração africana.

Durante a cerimônia de posse do Ministério da Igualdade Racial e do Ministério dos Povos Indígenas, os aspectos citados anteriormente são marcantes na vestimenta escolhida por Anielle em sua primeira aparição pública oficialmente como ministra do governo federal. Na ocasião, Anielle faz uso de peças da marca brasileira Ayadjè, que busca representar a ancestralidade africana a partir de tecidos que reverenciam a história, cultura e memória da população negra, além de acessórios artesanais e cabelos trançados.

⁶² Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpxRE-eLaBl?img_index=1. Acesso em: 8 nov. 2023.

FIGURA 11 - PUBLICAÇÃO DE ANIELLE FRANCO



FONTE: Instagram de Anielle Franco⁶³.

De acordo com Thayane Alves⁶⁴ (2023), responsável pelo *branding* pessoal da ministra, a estampa escolhida combina aspectos de segurança, autoridade e disciplina a partir das linhas retas, enquanto os círculos e espirais comunicam o movimento e adaptabilidade que o ministério representa para o novo governo.

Tudo comunica, e imagem chega antes [...]. Na cerimônia de posse da ministra, depois dos dez primeiros dias de trabalho, a escolha de roupas que estão relacionadas à cultura africana, se relacionando e honrando nossa ancestralidade, defende, celebra e visibiliza a história e a memória do povo preto (Alves, 2023)⁶⁵.

Desse modo, a imagem pública projetada pela ministra da Igualdade Racial carrega a herança africana e o papel de liderança na luta por direitos que envolvem gênero e raça, ao mesmo tempo que transmite grande sensibilidade, alegria e amor, combinando ambas as tipologias em diferentes publicações avaliadas durante os 100 primeiros dias de 2023.

⁶³ Disponível em: <https://www.instagram.com/aniellefranco/p/CnSv2BXpBHf/>. Acesso em: 8 nov. 2023.

⁶⁴ Em entrevista para a revista Marie Claire. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2023/01/anielle-franco-brilha-com-look-do-mercadao-de-madureira-reverencia-ao-povo-preto.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

⁶⁵ Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2023/01/anielle-franco-brilha-com-look-do-mercadao-de-madureira-reverencia-ao-povo-preto.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2024.

FIGURA 12 - ANIELLE FRANCO AO LADO DO PRESIDENTE DOS ESTADOS UNIDOS



FONTE: Instagram de Anielle Franco⁶⁶.

Por outro lado, a tipologia Profissional é retratada em 60,16% das postagens durante o período analisado em questão. Os aspectos profissionais dialogam com a agenda ministerial de Anielle, reforçando sua atuação frente à pasta ao demonstrar a ministra em diferentes reuniões, eventos, visitas e viagens oficiais do governo brasileiro. Essas publicações são retratadas, principalmente, na série de vídeos semanais chamada “O corre da ministra”, na qual Anielle, em um tom informal, discorre sobre as ações realizadas durante a semana. Em uma dessas ocasiões, ela informa mais detalhes sobre a visita do governo brasileiro a Washington, acompanhando o presidente Lula, a primeira-dama Janja, a ministra do Meio Ambiente e Mudança do Clima, Marina Silva, e demais lideranças políticas na retomada do acordo bilateral de combate ao racismo entre os dois países.

Fechando nossa agenda aqui em Washington com uma reunião com o presidente dos Estados Unidos, @joebiden, acompanhando a comitiva do presidente @lulaoficial. Vamos retomar o Brasil como referência no cenário mundial no âmbito econômico, político e cultural, estreitando relações e trabalhando para combater a desigualdade, o racismo, defender os direitos do povo brasileiro e da população negra. Esse é o país da união e da reconstrução com e pela igualdade racial (Anielle Franco, 2023⁶⁷).

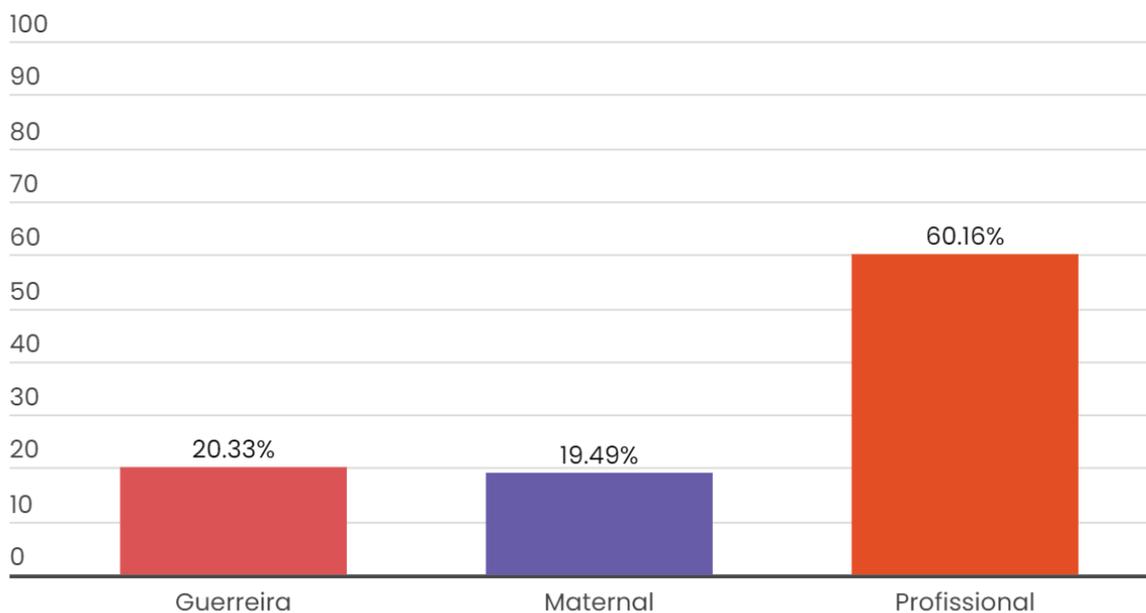
Além disso, durante o período de análise, Anielle foi a primeira e única brasileira indicada como “Mulher do Ano” pela *Time*, figurando entre as doze escolhidas pela revista

⁶⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CogGgfwJbTp/>. Acesso em: 8 nov. 2023.

⁶⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/aniellefranco/p/CogGgfwJbTp/?img_index=1. Acesso em: 9 nov. 2024.

norte-americana. Em um *reels*⁶⁸, a ministra compartilha a entrevista concedida à revista, discorrendo sobre o início de sua carreira política, desencadeado pelo assassinato de Marielle Franco, e sobre os quatro principais eixos de trabalho do ministério na busca por igualdade racial: saúde, fome, segurança e educação para a população negra. Na publicação, Anielle detalha como as ações do ministério vêm ocorrendo em busca de efetivar esses quatro pontos em conjunto com outras pastas do governo federal, como o Ministério da Saúde e o Ministério da Educação. Assim, a formalidade, atuação profissional e política, seriedade e ambientes oficiais, como gabinetes, Congresso, assembleia e eventos, são o foco das publicações categorizadas como profissionais. Abaixo, é possível perceber a distribuição das tipologias durante o período analisado.

GRÁFICO 6 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR ANIELLE FRANCO NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2024).

Na tabela da página seguinte, percebemos a distribuição mês a mês das publicações, com suas respectivas tipologias. Durante o mês de janeiro, percebemos um aumento das tipologias Guerreira e Maternal, com um menor destaque para o papel profissional de Anielle Franco. Esse fato se deve a maior predominância de postagens que demonstram a ministra em eventos de posses ministeriais, nos quais discorre sobre a importância da retomada de

⁶⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpTTYUSp1lz>. Acesso em: 9 nov. 2024.

minorias em posições de liderança, do respeito à democracia e do apoio, carinho e cumplicidade familiar que recebeu para aceitar o cargo de ministra da Igualdade Racial.

TABELA 2 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	30,61%	26,53%	42,85%	49
Fevereiro	11,53%	15,38%	73%	26
Março	17,64%	14,7%	67,64%	34
Abril	---	---	100%	8

FONTE: a autora, 2024.

Porém, com o passar das semanas e o início do trabalho efetivo do ministério, percebemos o crescimento da tipologia Profissional na projeção da imagem pública de Anielle Franco, visto o aumento da agenda ministerial, eventos oficiais e a prestação de contas dos trabalhos já realizados pela pasta, principalmente nos meses de março e abril. Nesse período, o foco das publicações passou a ser o preparativo para os 100 dias de gestão, com a apresentação de pacotes de medidas aprovadas pelo presidente Lula e demais ações realizadas pelo novo governo.

4.3.3 Cida Gonçalves - ministra das Mulheres

Aparecida Gonçalves⁶⁹, também conhecida como Cida Gonçalves, tem 63 anos, é natural de Clementina, São Paulo, e construiu sua trajetória política e profissional em Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Formada em Publicidade e Propaganda, Cida atuou como consultora em políticas públicas de gênero e violência contra a mulher, com um legado marcado pelo ativismo político e na coordenação da Central dos Movimentos Populares no Brasil durante as décadas de 1980 e 1990, sendo filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT) desde então. No início dos anos 2000, assumiu a assessoria da Coordenadoria à Mulher da Secretaria de Assistência Social, Cidadania e Trabalho durante a gestão do governador Zeca do PT, em Mato Grosso do Sul.

Posteriormente, nos dois primeiros mandatos de Luiz Inácio Lula da Silva e do primeiro mandato de Dilma Rousseff, “[...] foi Secretária Nacional de Enfrentamento à Violência contra as Mulheres, atuando na construção da Lei Maria da Penha e da Lei do Feminicídio” (Gov.br, 2023). Além disso, também foi uma das protagonistas na construção do

⁶⁹ Todas as informações sobre Cida Gonçalves foram retiradas do site oficial do PT e do Gov.br. Disponível em: <https://www.gov.br/mulheres/pt-br/composicao/ministra/cida-goncalves>. Acesso em: 21 jan. 2025.
Disponível em: <https://pt.org.br/cida-goncalves-vai-chefiar-o-ministerio-da-mulher/>. Acesso em: 21 jan. 2025.

Pacto Nacional de Enfrentamento à Violência contra as Mulheres e do Programa Mulher Viver sem Violência. Com a terceira eleição do presidente Lula, Cida Gonçalves retorna ao governo federal para chefiar o Ministério das Mulheres, cargo anteriormente preenchido por Cristiane Britto e Damare Alves no Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, durante o governo Bolsonaro.

Dessa forma, durante o período de análise, Cida realizou 88 postagens, sendo 35 no formato *reels* e 53 postagens estáticas, que correspondem a carrosséis, fotos e informativos compartilhados pela ministra. Justamente pelo seu trabalho como referência no enfrentamento à misoginia e formas de violências que cerceiam as mulheres, as postagens de Cida são focadas em tratar de ações, trabalhos e projetos que se propõe a realizar no Ministério das Mulheres, destacando uma imagem pública diplomática, profissional e de liderança, visto sua experiência em gênero e enfrentamento à violência, além dos mais de 40 anos de ativismo.

FIGURA 13 - PUBLICAÇÃO CONJUNTA COM O MIN. DAS MULHERES APRESENTANDO CIDA



Fonte: Instagram de Cida Gonçalves⁷⁰.

A partir do *ethos* de credibilidade (Charaudeau, 2013), a ministra das Mulheres ressalta uma postura de diálogo, democracia e união, características da tipologia Profissional,

⁷⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoubmnsuJph?img_index=1. Acesso em: 21 jan. 2025.

Isso pode ser observado em uma postagem⁷¹ em conjunto com o Ministério das Mulheres que apresenta Cida como a nova chefe da pasta. Na publicação, se projeta uma imagem sólida de competência e de liderança institucional, evidenciando sua trajetória técnica e qualificada por meio de frases como “mais de 40 anos de dedicação” (Gonçalves, 2023) e “é a primeira Ministra das Mulheres na história do Brasil” (Gonçalves, 2023), reforçando os dados apresentados na imagem anterior (figura 13).

FIGURA 14 - CIDA GONÇALVES EM VISITA OFICIAL AO MATO GROSSO DO SUL



Fonte: Instagram de Cida Gonçalves⁷².

Da mesma forma, em uma série de publicações sobre sua viagem ao estado do Mato Grosso do Sul, Cida deu início à “Marcha contra a Misoginia”, uma iniciativa que buscava visitar diversas capitais e cidades do Brasil para debater estratégias de enfrentamento à violência contra as mulheres. Nas postagens, podemos perceber a ênfase à agenda ministerial, seus compromissos e entrevistas concedidas à imprensa local, em que fala sobre a mudança necessária para superar a violência e misoginia contra as mulheres. Isso pode ser observado nos trechos: “concedi entrevista coletiva para a imprensa local, conheci os jovens do Programa ‘Cidadania Viva’ (Gonçalves, 2023) e “[...] estive na Secretaria de Estado de Turismo, Esporte, Cultura e Cidadania (SETESCC)” (Gonçalves, 2023). Além disso, sua imagem também coloca em evidência a tipologia Profissional ao retratá-la em um ambiente oficial do governo local, rodeada de outras autoridades, fazendo uso de tons neutros e de um lenço colorido, marca da ministra, como podemos observar na figura 14.

⁷¹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoubmnsuJph?img_index=1. Acesso em: 21 jan. 2025.

⁷² Disponível em: https://www.instagram.com/p/CqdNvk4OpEo?img_index=2. Acesso em: 21 jan. 2025.

Mesmo ao abordar temas alarmantes, a ministra mantém uma postura diplomática e profissional ao destacando seu compromisso em reduzir e combater violências, assédios e ofensas misóginas, mas sem assumir uma posição de militância e/ou luta. Essas características se evidenciam em uma publicação⁷³ que apresenta dados da pesquisa “Visível e Invisível”, do Fórum Nacional de Segurança Pública, revelando que, em 2022, uma mulher foi assediada a cada segundo no Brasil.

Apesar da gravidade do tema, a ministra foca em soluções, propondo um novo marco normativo para o enfrentamento ao assédio moral e sexual no ambiente de trabalho. Para isso, recebeu uma equipe de atrizes e roteiristas, dando início à construção dessa proposta, ressaltando a postura do governo como um todo: “Por toda a minha vida, sempre ofereci espaço de escuta e acolhimento para as mulheres. Não será diferente agora e me tranquilizo de saber que este compromisso também é o do Presidente Lula e de Janja” (Gonçalves, 2023). Assim, a tipologia Profissional, relacionada aos aspectos que abordamos anteriormente, corresponde a 85,2% das postagens analisadas no período.

FIGURA 15 - FRAME DE CIDA GONÇALVES FALANDO SOBRE AS OFENSAS MISÓGINAS



Fonte: Instagram de Cida Gonçalves⁷⁴.

Por conseguinte, as publicações que recebem a classificação de Guerreira apontam uma figura conectada com a militância e luta pelo direitos de minorias sociais como um todo, citando, por exemplo, a situação emergencial que se encontrava o território indígena Yanomami, o ataque ao Palácio do Planalto em 8 de janeiro de 2023, casos de racismo,

⁷³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqtBsh8PAiw>. Acesso em: 22 jan. 2025.

⁷⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CofZZBXA8Y9>. Acesso em: 21 jan. 2025

LGBTfobia e, claro, misoginia e violência contra mulheres. Em uma das publicações, Cida fala sobre os casos de ameaças e ofensas misóginas, racistas e lesbofóbicas direcionadas a diversas parlamentares do estado de Santa Catarina, além de se solidarizar com a vereadora Maria Tereza Capra, de São Miguel do Oeste (SC), que teve seu mandato cassado após denunciar gestos nazistas em uma manifestação antidemocrática.

A publicação aborda diretamente um cenário de enfrentamento, com a ministra se posicionando contra ameaças que as políticas sofreram, utilizando expressões como “a pasta trabalhará para abolir a violência política de gênero” (Gonçalves, 2023) e “NÃO ESTÃO SOZINHAS” (Gonçalves, 2023), que reforçam a ideia de resistência e ação em defesa das parlamentares atacadas. O tom combativo é amplificado pela menção de solidariedade à vereadora Maria Tereza Capra, retratada como vítima de retaliação política após a denúncia citada anteriormente. Apesar disso, sua imagem ainda mantém seriedade, evidenciando ainda mais sua autoridade na pauta, como exposto na imagem anterior.

Outro exemplo do aparecimento da tipologia Guerreira na imagem pública de Cida Gonçalves ocorreu em um *reels* comemorando o aniversário de 43 anos do Partido dos Trabalhadores. Nele, celebrando a força das mulheres petistas, a ministra faz uso de frases como “Nós, mulheres do PT, nunca fugimos na briga, sendo mulheres fortes, essas mulheres negras, brancas, indígenas, camponesas urbanas, profissionais liberais, autônomas, feminista, capazes de construir um país democrático” (Gonçalves, 2023), convocando a luta contra problemas como a violência de gênero na política e feminicídio. Além disso, também discorre em um tom combativo ao abordar os desafios que ainda precisam ser enfrentados devido aos seis anos – que compreenderam os governos Temer e Bolsonaro – em que, segundo a ministra, colocaram mulheres como submissas e inferiores.

O tom combativo é novamente apresentado em uma publicação com *printscreen* do X (antigo Twitter) da ministra das Mulheres, no qual ela se manifesta sobre o assassinato de Sophia Leite, de apenas 6 anos, em Douradina, Mato Grosso do Sul. O crime chocou o país pela brutalidade, em que Sophia “[...] foi morta estrangulada após ser estuprada e sequestrada por um vizinho, de 18 anos, em Douradina (MS). O corpo da vítima foi encontrado, nesse sábado (25), na área rural da cidade. À polícia, o suspeito confessou o crime e foi preso em flagrante”, de acordo com matéria do *GI*⁷⁵.

⁷⁵ Disponível em:

<https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2023/02/26/todos-de-luto-morte-de-menina-de-6-anos-apos-estupro-choca-cidade-com-8-mil-habitantes-em-ms.ghtml>. Acesso em: 22 jan. 2025.

FIGURA 16 - CIDA GONÇALVES SE MANIFESTA SOBRE O ASSASSINATO DE SOPHIA LEITE



Fonte: Instagram de Cida Gonçalves⁷⁶.

Na publicação, como podemos observar na imagem acima, Cida demonstra indignação ao discorrer sobre o brutal caso de violência contra a menina Sophia. Excertos como “[...] não é mais possível convivermos com esse tipo de naturalização de violência” e “trabalharei incansavelmente para reduzir, com políticas públicas, o número de feminicídios ao menor índice possível” (Gonçalves, 2023), demonstram a postura Guerreira e de denúncia da ministra. Tais características auxiliam na construção de uma imagem combativa, forte e, ainda assim, técnica, ao destacar a necessidade de mudanças estruturais para o enfrentamento de tais violências por meio de políticas públicas. Dessa forma, a tipologia Guerreira se faz presente em 11 publicações analisadas no período, correspondendo a 12,5% do total.

Por fim, a tipologia Maternal é o arquétipo com menos predominância na imagem pública de Cida Gonçalves, correspondendo a apenas duas publicações no período analisado. A primeira ocorreu no dia 18 de março de 2023, lamentando o falecimento de Amarildo Cruz, deputado estadual e amigo de Cida, como pode ser constatado na imagem a seguir. Os atributos predominantes ressaltam um tom de empatia, acolhimento e solidariedade, expressando uma profunda tristeza pela perda do amigo de longa data, como podemos notar nas frases “Meu abraço e solidariedade aos familiares e amigos. Vá em paz” (Gonçalves, 2023) e “Passamos por muitas histórias juntos na construção do PT do Mato Grosso do Sul e

⁷⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpGtBpSJfw->. Acesso em: 22 jan. 2025.

na luta contra as desigualdades” (Gonçalves, 2023). Os trechos citados anteriormente humanizam a mensagem e demonstram sensibilidade frente ao luto, trazendo características ligadas à tipologia Maternal ao expressar emoção, sua amizade de longa data e cuidado.

FIGURA 17 - CIDA GONÇALVES SE SOLIDARIZA PELO FALECIMENTO DE SEU AMIGO



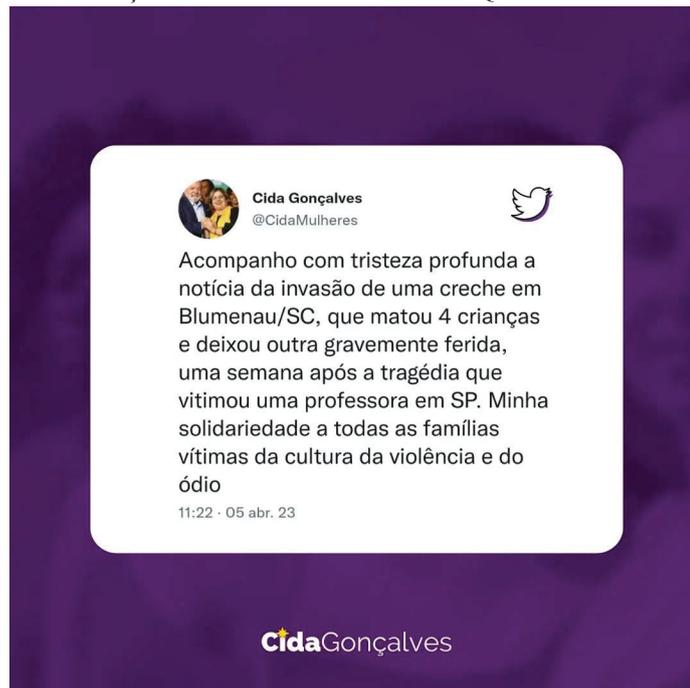
Fonte: Instagram de Cida Gonçalves⁷⁷.

Já a segunda e última publicação classificada no arquétipo Maternal diz respeito à invasão de uma creche em Blumenau, Santa Catarina, no dia 5 de abril de 2023. Na ocasião, um homem de 25 anos, portando um machado, invadiu uma creche da cidade, atacando e matando quatro crianças de 5 a 7 anos e deixando outras cinco feridas, de acordo com a *CNN Brasil*⁷⁸. Na publicação, Cida fala sobre o ataque e cita um ocorrido na semana anterior, que vitimou uma professora em São Paulo, como podemos ver na imagem seguinte (figura 18).

⁷⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cp76DUAuWtk?img_index=1. Acesso em: 22 jan. 2025.

⁷⁸ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/ataque-creche-blumenau/>. Acesso em: 22 jan. 2025.

FIGURA 18 - CIDA GONÇALVES FALA SOBRE O ATAQUE À CRECHE EM BLUMENAU

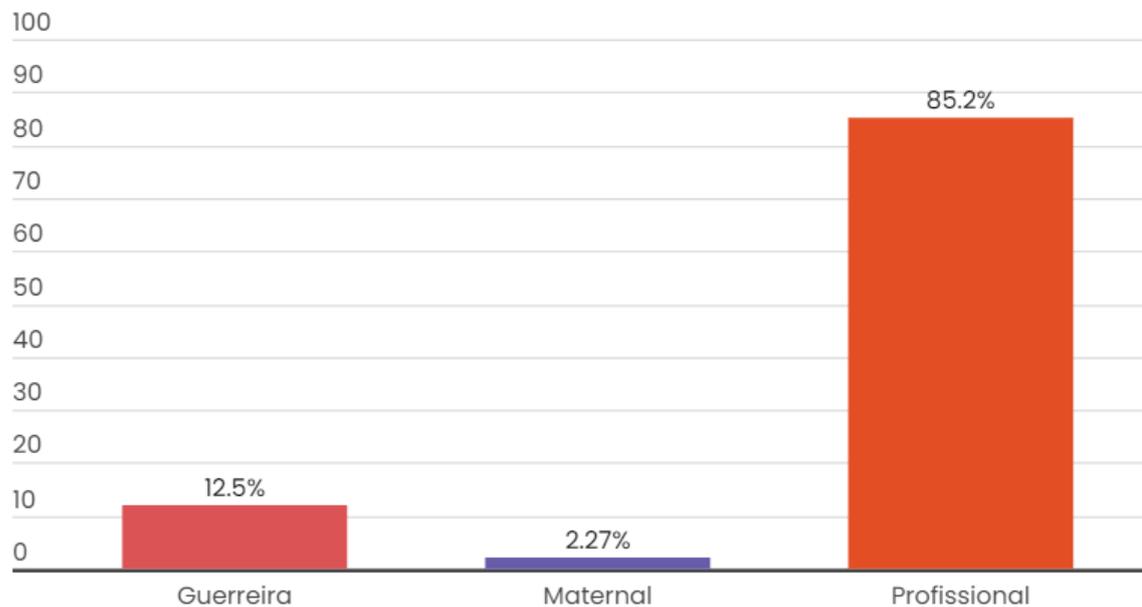


Fonte: Instagram de Cida Gonçalves⁷⁹.

Assim, a tipologia é evidenciada pela demonstração de empatia, compaixão e solidariedade em relação às vítimas e suas famílias. O uso de expressões como “acompanho com tristeza profunda” (Gonçalves, 2023) e “minha solidariedade a todas as famílias vítimas da cultura da violência e do ódio” (Gonçalves, 2023) reforça o tom acolhedor, sensível e humano, projetando uma imagem solidária da ministra frente a essas tragédias. Assim, as postagens categorizadas como Maternal equivalem a apenas 2,27% do total, como podemos observar na distribuição abaixo.

⁷⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqqJlgBO5d->. Acesso em: 22 jan. 2025

GRÁFICO 7 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR CIDA GONÇALVES NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2024).

Por conseguinte, no quadro abaixo, podemos observar a distribuição mês a mês das publicações e as tipologias predominantes em cada período. Nos meses de janeiro e fevereiro, podemos observar o aumento do arquétipo Guerreira na imagem pública de Cida, resultado de publicações que pautam o ataque de 8 de janeiro ao Palácio do Planalto, as denúncias de violência política de gênero por parlamentares catarinenses e as falas da ministra e de Lula sobre a volta do Ministério das Mulheres e a criação do Ministério da Igualdade Racial e do Ministério dos Povos Indígenas, ressaltando o trabalho para acabar com preconceitos e violências contra minorias sociais, em especial contra as mulheres.

Devido a isso e ao menor número de postagens em janeiro (13), é possível verificar uma redução na presença da tipologia Profissional. Nesse período, o foco das publicações concentrou-se principalmente nas nomeações ministeriais mencionadas anteriormente e na posse do próprio presidente Lula, o que resultou em um menor destaque para a atuação profissional de Cida Gonçalves.

TABELA 3 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	30,7%	---	69,2%	13
Fevereiro	22,2%	---	77,7%	18
Março	6,1%	2%	91,8%	49
Abril	---	12,5%	87,5%	8

FONTE: a autora, 2024.

Em contrapartida, podemos constatar a diminuição da tipologia Guerreira nos meses de março e abril, com maior ênfase em uma imagem profissional e focada nas ações realizadas pela ministra durante o período. No mês de março, as publicações enfatizaram a campanha do ministério para o Mês das Mulheres, entrevistas, reuniões ministeriais e eventos da pasta para a comemoração do Dia Internacional da Mulher, além do anúncio de um pacote de ações que visava a promoção de “[...] igualdade salarial, criação de vagas para mulheres vítimas de violência na administração pública federal, construção de Casas da Mulher Brasileira e distribuição de viaturas para combater a violência e os feminicídios”⁸⁰ (Gonçalves, 2023).

Por fim, ambos os meses evidenciaram, de forma pontual, o arquétipo Maternal com apenas duas publicações pertencentes a tal tipologia, como citado anteriormente durante a análise do aparecimento de características maternais na imagem pública de Cida. Assim, a figura da ministra se torna predominantemente Profissional, sobressaindo traços Guerreira em momentos centrados na discussão sobre violência de gênero e misoginia, e Maternal apenas em casos específicos, projetando uma imagem dura, centrada e competente.

4.3.4 Daniela Carneiro - ministra do Turismo

Daniela Moté de Souza Carneiro⁸¹ tem 48 anos, é natural de Italva, no interior do estado do Rio de Janeiro, formada em Pedagogia e atuou como professora do ensino fundamental até ingressar na política. Daniela também é conhecida como Daniela do Waguinho devido ao seu início na carreira política despontar após seu esposo, Wagner dos Santos Carneiro (Waguinho), eleger-se como prefeito de Belford Roxo, na Baixada Fluminense. Durante esse período (2017-2018), Daniela esteve à frente da Secretaria de Assistência Social e anteriormente foi secretária de Educação no município do Rio de Janeiro (2003).

⁸⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpiSx-1r_7Y. Acesso em: 22 jan. 2025.

⁸¹ Todas as informações pessoais de Daniela Carneiro foram retiradas dos sites Brasil de Fato, CNN e Nexo. Disponível em:

<https://www.brasildefato.com.br/2023/01/02/quem-e-daniela-carneiro-nova-ministra-de-lula-e-deputada-federal-mais-votada-do-rio>. Acesso em: 3 jan. 2025.

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/saiba-quem-e-daniela-carneiro-que-deixa-o-ministerio-do-turismo/>. Acesso em: 3 jan. 2025.

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2023/01/04/quem-e-daniela-carneiro-e-o-que-pesa-contr-a-ministra>. Acesso em: 3 jan. 2025.

Em 2018, concorreu ao cargo de deputada federal pelo Rio de Janeiro, sendo reeleita em 2022 como a deputada mais votada do estado. No mesmo ano, integrou a cota de indicação do União Brasil para o governo Lula, assumindo o Ministério do Turismo. Ao assumir a pasta, Daniela Carneiro alterou seu nome político registrado no Tribunal Superior Eleitoral, desvinculando sua imagem diretamente da de seu esposo. Assim, deixou de usar “Daniela do Waguinho” e passou a utilizar oficialmente apenas Daniela Carneiro, adotando seu sobrenome de casada.

Contudo, em decorrência de sua desfiliação do União Brasil e da pressão exercida pelo partido sobre o governo federal, Daniela foi substituída pelo deputado Celso Sabino, filiado ao União Brasil, deixando o comando da pasta em 14 de julho de 2023. Além de Daniela, outros cinco parlamentares eleitos pelo partido também solicitaram desfiliação, o que aumentou a exigência do União Brasil para que a vaga ministerial, antes ocupada por Daniela, fosse preenchida por outro membro da legenda⁸². Assim, essa foi a segunda troca ministerial realizada pelo governo Lula ainda no primeiro ano de mandato, como abordamos durante a análise de Ana Moser⁸³.

Por conseguinte, durante o período de 100 dias, Daniela apresentou 123 publicações, sendo 48 no formato *reels* e 62 postagens estáticas, que compreendem carrosséis, fotos e informativos, além de 11 *reposts* de diferentes perfis do governo e do próprio Ministério do Turismo (MTUR). Devido a sua trajetória política já estabelecida, grande parte de suas publicações está relacionada à sua atuação frente ao ministério ou à menção de trabalhos já realizados anteriormente como deputada estadual e secretária de Assistência Social. Dessa forma, a tipologia Profissional representa 84,5% das postagens realizadas pela ex-ministra do Turismo durante o período analisado.

Em uma publicação que aborda a retomada das campanhas de vacinação, abandonadas pelo governo anterior, Daniela, ao lado de Nísia Trindade, Janja, Cida Gonçalves e Xuxa Meneghel, fala sobre a volta das coberturas vacinais no Brasil, acompanhando o convite de Nísia para que Xuxa se tornasse a embaixadora da nova campanha do Ministério da Saúde, como podemos observar na imagem abaixo. Apesar da campanha de vacinação, simbolizada pelo convite a Xuxa, é reforçada uma narrativa de proteção e acolhimento (traços maternos), em que Daniela foca na cooperação entre

⁸² Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/saiba-o-que-dizem-uniao-brasil-e-governo-lula-apos-desfiliacao-da-ministra-do-turismo/>. Acesso em: 3 jan. 2025.

⁸³ Fonte:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/lula-chega-a-5a-troca-de-ministro-relembre-as-mudancas-de-outros-presidentes-na-esplanada/>. Acesso em: 2 jun. 2024.

ministérios para garantir a saúde e segurança do povo brasileiro, citando “Saúde e turismo andam juntos. Afinal, promover um ambiente mais seguro torna as viagens pelo país ainda melhores!” (Carneiro, 2023).

FIGURA 19 - PUBLICAÇÃO DE DANIELA CARNEIRO AO LADO DE JANJA, XUXA E OUTRAS MINISTRAS



FONTE: Instagram de Daniela Carneiro⁸⁴.

Assim, o arquétipo Profissional se destaca na valorização do trabalho integrado entre pastas, na relação entre saúde e turismo seguro e na visão estratégica de políticas públicas para o país, evidenciando o reforço de competências técnicas e profissionais. Além disso, a foto das chefias ministeriais ao lado da primeira-dama e de Xuxa, amplia a visão dessa tipologia, à medida que Daniela Carneiro utiliza vestimentas formais, com cores executivas (branco e azul), pequenos e discretos acessórios e com mãos dadas, representando um “trabalho em equipe”.

Tais características profissionais também são ressaltadas durante as viagens, visitas e reuniões internacionais realizadas durante os meses de fevereiro e março para Portugal e Espanha, em busca de novas cooperações para atrair turistas para o Brasil, em uma ação conjunta com a Organização Mundial do Turismo, ilustrada na imagem abaixo. Na publicação, Daniela se reúne com o secretário-geral da Organização Mundial do Turismo, Zurab Pololikashvili, e outros membros da entidade, discutindo sobre a instalação de uma sede da entidade no Rio de Janeiro – a primeira das Américas –, contribuindo para a atração de investimentos, o desenvolvimento do turismo sustentável e gastronômico, além da qualificação e crescimento do setor.

⁸⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoNzBZFPLE7?img_index=1. Acesso em: 3 jan. 2025.

FIGURA 20 - PUBLICAÇÃO DE DANIELA CARNEIRO EM REUNIÃO COM ZURAB POLOLIKASHVILI



FONTE: Instagram de Daniela Carneiro⁸⁵.

Dessa forma, a publicação destaca as conquistas práticas e o impacto positivo da iniciativa do Ministério do Turismo, uma vez que a missão internacional em Madri exprime a seriedade e o compromisso técnico da ex-ministra com o fortalecimento do turismo brasileiro. Tais características também se refletem em sua imagem projetada, demonstrando competência, seriedade e liderança ao fazer uso de roupas formais, pequenos acessórios e cores neutras. Esses padrões se repetem em outras publicações de Daniela Carneiro durante visitas a outras cidades, estados ou países, transmitindo sua imagem de seriedade e profissionalismo na promoção do desenvolvimento turístico brasileiro de forma integrada e inovadora, em parceria com empresas, instituições, secretarias e governos.

Além disso, outro tema recorrente das publicações durante os meses analisados é o plano de 100 dias: um conjunto de estratégias e ações baseadas em cinco pilares de atuação dentro do ministério a serem efetuadas até o centésimo dia de 2023. Em um *reels*⁸⁶, Daniela apresenta cada um dos cinco eixos, conforme evidenciado no seguinte trecho: “A partir disto, elaboramos o nosso #PlanoDe100Dias¹⁰⁰ dividido em cinco eixos - Diálogo, Sustentabilidade e Mudanças Climáticas, Carnaval, Estruturação de Destinos e Redução do preço das passagens aéreas” (Carneiro, 2023).

Na postagem em questão, destacam-se as ações concretas para a estruturação e fortalecimento do turismo no Brasil, em que a tipologia Profissional predomina ao enfatizar o planejamento estratégico e a execução de ações específicas para atender às necessidades do

⁸⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpYtK5zvYk9>. Acesso em: 3 jan. 2025.

⁸⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CoPsaKurzhh>. Acesso em: 03 jan. 2025.

setor. Em complemento, a divisão do plano em cinco eixos reflete uma imagem de organização e compromisso com uma gestão eficiente, comunicando a competência técnica e visão estratégica da ex-ministra para o futuro do turismo no país.

Por outro lado, atuando de forma a suavizar sua imagem e trazer conexão, a tipologia Maternal está presente em 12,19% das publicações analisadas no período. Diferente do arquétipo Profissional, as características levantadas pela Maternal estão relacionadas à família de Daniela, seus filhos, sua religião, seu vínculo com o município de Belford Roxo e à presença do cuidado como elemento intrínseco nas publicações pertencentes a essa tipologia.

FIGURA 21 - PUBLICAÇÃO DE DANIELA CARNEIRO AO LADO DE SUA FAMÍLIA



FONTE: Instagram de Daniela Carneiro⁸⁷.

Esses atributos podem ser observados em uma postagem da ex-ministra ao lado de seus filhos, seu esposo e sua mãe durante a formatura de Ensino Médio do seu filho mais velho, como podemos analisar na imagem anterior. Nela, Daniela celebra a etapa concluída de forma muito emocional, centrada no orgulho maternal e na valorização das relações familiares, uma vez que destaca o cuidado, apoio e amor pelo seu filho e sua família, voltando-se exclusivamente para a esfera pessoal. Além disso, aspectos como a gratidão se sobressaem na publicação, expressando seu agradecimento a Deus, ao seu filho e à sua mãe, reforçando o apoio emocional citado anteriormente, como podemos perceber no seguinte trecho: “Te desejo muito sucesso! Parabéns! Te amo muito e estaremos sempre juntos celebrando cada vitória!” (Carneiro, 2023).

⁸⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnKdyBQpNnU>. Acesso em: 3 jan. 2025.

FIGURA 22 - PUBLICAÇÃO DE DANIELA CARNEIRO COMEMORANDO SEU ANIVERSÁRIO



FONTE: Instagram de Daniela Carneiro⁸⁸.

Um fator que se destaca nas publicações pertencentes à tipologia Maternal é a forte religiosidade de Daniela Carneiro, como analisado na imagem acima. A postagem em questão celebra seu aniversário de 47 anos, enfatizando as relações familiares, as conquistas ao longo dos anos e os desafios já superados, fazendo uso da frase “Tenho gratidão à vida, tenho gratidão a Deus!” (Carneiro, 2023). De forma afetiva, o arquétipo Maternal predomina na imagem da ex-ministra na medida em que a publicação é permeada por sentimentos de amor, gratidão, religiosidade e conexão emocional com a família, amigos e a comunidade que construiu. Sua imagem é carregada de aspectos maternais: roupas que demonstram feminilidade, com babados, cores claras, brinco com pedrarias, maquiagem em tons rosados, expressão alegre e o destaque para sua aliança.

Já quando abordamos os traços pertencentes ao arquétipo Guerreira, presente em apenas 3,25% das postagens, observamos que as publicações ressaltam principalmente a denúncia de casos e violência doméstica, machismo e misoginia, evidenciando características como contestação, críticas, linguagem dura e expressão fechada. Esses atributos podem ser percebidos em um *reels*⁸⁹ que mostra Daniela Carneiro falando sobre assédio e o combate ao turismo sexual, unindo-se à ministra Cida Gonçalves para falar sobre o combate à exploração

⁸⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnKdyBOPnnU>. Acesso em: 3 jan. 2025.

⁸⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cp56kTjvw34>. Acesso em: 12 jan. 2025.

feminina. Os trechos “[...] precisamos nos posicionar e denunciar” (Carneiro, 2023) e “Quero esclarecer que exploração sexual não é turismo, é crime” (Carneiro, 2023) evidenciam o tom guerreiro e engajado da ministra, reforçando seu papel como defensora dos direitos das mulheres e lançando ações concretas para o combate a tais ocorrências.

FIGURA 23 - PUBLICAÇÃO DE CARNEIRO RELEMBRANDO A CONQUISTA DO VOTO FEMININO

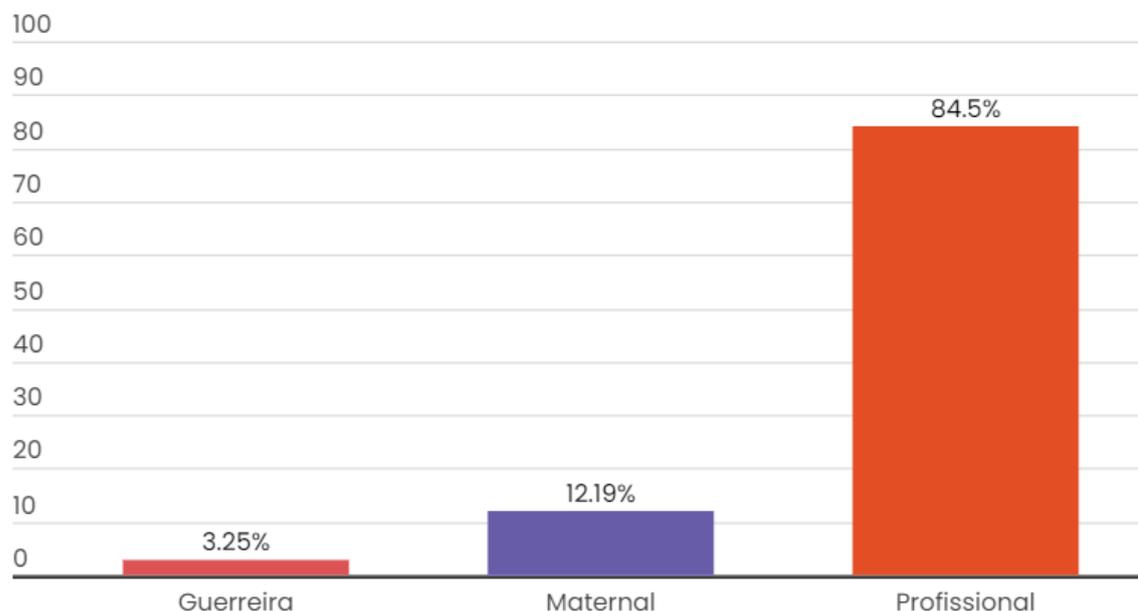


Fonte: Instagram de Daniela Carneiro⁹⁰.

Em outro momento, ao relembrar o dia da conquista do voto feminino no Brasil na publicação acima, Daniela retoma novamente o tom combativo, especialmente ao falar sobre a baixa representatividade das mulheres na política, como exposto no excerto: “[...] ressalto a importância da inclusão da mulher em todos os âmbitos e, principalmente, na política” (Carneiro, 2023). Tais aspectos reforçam o comprometimento da ex-ministra do Turismo com a luta pela equidade de gênero e o direito das mulheres. Essa abordagem fortalece sua imagem pública como defensora ativa e articuladora competente, buscando mudanças significativas no âmbito político e social. No gráfico abaixo, podemos observar os percentuais de cada tipologia citados no texto, em que há a predominância da tipologia Profissional.

⁹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpDHrXUOPg4>. Acesso em: 12 jan. 2025

GRÁFICO 8 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR DANIELA CARNEIRO NO PERÍODO ANALISADO



Fonte: a autora (2024).

Na tabela abaixo, podemos analisar a distribuição mensal das tipologias presentes nas publicações realizadas pela ministra no período em questão, observando a flutuação da presença dos arquétipos na imagem de Daniela. O primeiro mês de governo foi marcado por diversas reuniões ministeriais e visitas a diversas empresas e instituições para a retomada do incentivo ao turismo no Brasil, fazendo com que as tipologias Maternal e Guerreira não tivessem destaque.

TABELA 4 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	2,08%	4,16%	88,2%	34
Fevereiro	5,12%	15,3%	79,4%	39
Março	3,12%	3,12%	93,7%	32
Abril	---	27,7%	72,2%	18

FONTE: a autora, 2024.

No mês de fevereiro, observou-se um aumento no arquétipo Maternal, influenciado por eventos como sua posse como deputada federal, acompanhada por sua família; a celebração de seu aniversário de 47 anos e os agradecimentos pelas felicitações recebidas; sua visita à Sapucaí, em clima festivo; e a solidariedade demonstrada às vítimas da tragédia de São Sebastião, município do estado de São Paulo, destacando o trabalho humano do governo

para prestar socorro a todos. Em março, por outro lado, a tipologia Profissional ganhou destaque, impulsionada pelas viagens e compromissos de Daniela em Portugal e Espanha. Durante esse período, a ministra promoveu o turismo brasileiro internacionalmente e negociou novos acordos entre os países, tornando essas ações o foco principal das publicações.

Por fim, em abril, o arquétipo Maternal voltou a se sobressair, desta vez motivado por eventos como o lançamento de um livro em parceria com a Dra. Fernanda Monnerat, a celebração do aniversário de Belford Roxo, sua manifestação diante de um ataque a uma creche e publicações relacionadas à Páscoa, que enfatizaram a religiosidade da ministra.

4.3.5 Esther Dweck - ministra da Gestão e Inovação em Serviços Públicos

Esther Dweck⁹¹, nascida no Rio de Janeiro, tem 47 anos, é formada em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e possui doutorado em Economia pela mesma instituição. Durante o doutorado, também estudou na Scuola Superiore Sant'Anna, em Pisa, na Itália. Dweck atuou como chefe da Assessoria Econômica e secretária de Orçamento Federal (SOF) no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão entre 2011 e 2016, sendo considerada a Mulher Economista do Ano em 2021 pelo Conselho Federal de Economia (Cofecon). Atualmente é professora associada do Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro e ministra da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI) no governo federal.

Sua experiência profissional e acadêmica tem sido voltada para o setor público, crescimento e desenvolvimento econômico “[...] com foco em temas como regime fiscal e participação do Estado e crescimento liderado pela demanda, entre outros” (Estadão, 2022)⁹². Ao contrário das outras ministras analisadas neste trabalho, o Instagram pessoal de Esther foi criado e teve sua primeira postagem apenas no dia 6 de fevereiro de 2023, um mês após sua posse, resultando em 47 publicações durante o período de 100 dias estudado, sendo oito delas no formato *reels* e 39 postagens estáticas, que incluem carrosséis, fotos e informativos.

⁹¹ Todas as informações sobre Esther Dweck foram retiradas do site oficial do Gov.br e do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo:

<http://www.iea.usp.br/pessoas/pasta-pessoae/esther-dweck>. Acesso em: 2 jan. 2024.

<https://www.gov.br/gestao/pt-br/composicao/ministro-a-e-orgaos-de-assistencia-direta/ministro-a>. Acesso em: 2 jan. 2024.

⁹² Disponível em: <https://www.estadao.com.br/economia/quem-e-esther-dweck-ministerio-gestao-lula/>. Acesso em: 2 jan. 2024.

Assim como sua preparação para assumir cargos públicos e sua vasta experiência profissional em economia, as publicações de Esther Dweck procuram evidenciar seu trabalho à frente do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, destacando sua competência técnica e sua imagem como gestora pública. Em uma de suas publicações, a ministra participa de um seminário sobre transição energética na Escola Nacional de Administração Pública (ENAP) e recebe a direção da União por Moradia Popular para tratar do uso de imóveis públicos, como ilustrado na imagem abaixo.

FIGURA 24 - PUBLICAÇÃO DE ESTHER DWECK EM REUNIÃO MINISTERIAL



FONTE: Instagram de Esther Dweck⁹³.

A postagem destaca seu desempenho perante as atividades institucionais e o fortalecimento das ações do MGI, projetando uma figura séria, comprometida e profissional. Na imagem utilizada, a ministra aparece em posição central, rodeada por outras autoridades, com expressão séria e vestindo roupas sociais em tons pastéis, suavizando sua imagem. Da mesma forma, em um *reels*⁹⁴ publicado com um trecho de uma entrevista ao *Canal UOL*, Esther Dweck discute a relação entre o governo e o setor privado, destacando a importância da cooperação mútua para que o estado atue como planejador e catalisador de investimentos, promovendo a atração de mais empresas para o Brasil.

A tipologia Profissional se apresenta por meio da abordagem técnica e visão estratégica de Dweck, uma vez que analisa de forma racional e objetiva as políticas econômicas no país, usando de uma linguagem direta, explicativa, que reforça sua imagem

⁹³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cohghoyu5Ya?img_index=3. Acesso em: 2 jan. 2025.

⁹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpBKl IMkrz>. Acesso em: 2 jan. 2025.

qualificada e estratégica como ministra da Gestão e da Inovação. Isso pode ser observado no trecho “Essa parceria faz a economia crescer. Não é a saída do estado que faz o setor privado entrar, é o governo federal em parceria com o setor privado” (Dweck, 2023).

FIGURA 25 - ESTHER DWECK AO LADO DE GISELE SZCZYGLAK E CIDA GONÇALVES



FONTE: Instagram de Esther Dweck⁹⁵.

Em algumas publicações, apesar de citar pautas identitárias, Dweck aborda ações para a promoção da liderança feminina em cargos estratégicos do governo, valorizando o protagonismo feminino como lideranças políticas e institucionais, a exemplo do que é constatado na postagem acima, em que a ministra posa ao lado da filósofa Gisele Szczyglak e da ministra das Mulheres, Cida Gonçalves.

A tipologia Guerreira, por sua vez, se apresenta em 14,8% das postagens analisadas no período de 100 dias, totalizando sete publicações. Nelas, observamos o posicionamento da ministra sobre temas sociais, como a defesa de minorias – mulheres, negros e indígenas –, a luta pelo respeito aos servidores públicos e a contestação de situações polêmicas, como o ataque à creche em Blumenau no dia 5 de abril de 2023, que vitimou quatro crianças⁹⁶.

⁹⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpxC88tOqyP>. Acesso em: 2 jan. 2025.

⁹⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2023/04/05/ataque-creche-blumenau.ghtml>. Acesso em: 2 jan. 2025.

FIGURA 26 - PUBLICAÇÃO DE ESTHER DWECK SOBRE A POSSE DE ANA FLÁVIA MAGALHÃES NO ARQUIVO NACIONAL



FONTE: Instagram de Esther Dweck⁹⁷.

Em uma publicação⁹⁸, Esther fala sobre a posse de Ana Flávia Magalhães no Arquivo Nacional. Na foto acima, Ana posa ao lado de Conceição Evaristo, e a ministra destaca a importância da representatividade e da preservação histórica brasileira como pilares para uma sociedade mais justa e igualitária, um discurso que evidencia seu compromisso com a luta por justiça social e o cuidado em honrar o legado das mulheres que lutaram por mudanças efetivas. Logo, a tipologia Guerreira se evidencia na celebração de conquistas ligadas à posse de mulheres negras nos âmbitos públicos brasileiros. Quando ela diz “não apagar nosso passado negro, indígena e de resistência” (Dweck, 2023), Esther Dweck enfatiza a importância de combater a invisibilização de grupos historicamente marginalizados, dimensão fortalecida pela referência à trajetória de Conceição Evaristo, associada à luta por direitos e reconhecimento da afrobrasilidade.

Dessa forma, o marco simbólico da posse de Ana Flávia Magalhães é retratado pela ministra como uma conquista coletiva para mulheres, pessoas negras e indígenas, de modo a manter viva a memória das lutas e das histórias de resistência. A imagem de Conceição Evaristo consolida a narrativa de continuidade histórica na medida em que presente e futuro são construídos com o legado de mulheres que, no passado, abriram caminho para que outras pudessem trilhar. Da mesma maneira, a fala de Esther Dweck se repete na abertura do Mês das Mulheres, visto que a ministra discursa no evento do 8 de março sobre a importância da

⁹⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cp7Rc0-O99O>. Acesso em: 2 jan. 2025.

⁹⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cp7Rc0-O99O>. Acesso em: 2 jan. 2025.

inclusão e diversidade nas posições de liderança, ressaltando a luta de mulheres negras e indígenas para ocupar ambientes públicos de poder.

Ao você botar uma mulher no comando, uma mulher negra, uma mulher indígena no comando, você na verdade tá mudando a forma de pensar sobre política pública. E isso faz com que você tenha ideias, podendo ser muitas vezes uma ideia simples, mas que ninguém trouxe essa ideia antes, porque não tinha alguém naquele lugar, com aquele pensamento, com aquela história de vida, com toda a sua experiência. (Dweck, 2023)⁹⁹

No trecho acima, é possível perceber a defesa da representatividade como um meio de transformar políticas públicas, permitindo a formulação de ideias inovadoras a partir da inclusão de minorias em posições de liderança no governo e na política brasileira. A ministra reforça a necessidade de abrir espaço para diversidade, para atender às necessidades antes invisíveis para o Estado e promover políticas públicas mais justas e eficazes para todos.

A tipologia Maternal é a que apresenta o menor percentual entre os três arquétipos, com apenas quatro publicações no período de 100 dias, correspondendo a 8,5% das postagens analisadas. A primeira¹⁰⁰ delas é um *print* do X (antigo Twitter) da ministra, em que presta sua solidariedade às famílias atingidas pelas fortes chuvas em São Sebastião, que perderam suas casas, seus bens e, principalmente, membros de suas famílias. Já a segunda¹⁰¹ publicação com a tipologia Maternal celebra a escolha de Anielle Franco como uma das Mulheres do Ano pela revista *Time*, parabenizando a ministra da Igualdade Racial pelo exemplo que leva para todas as mulheres. Na foto, Esther e Anielle se apresentam de forma espontânea e sorridente.

A terceira publicação¹⁰², por sua vez, também trata sobre as amigas de Esther, posando ao lado de Alexandre Padilha, ministro das Relações Institucionais. Sorridente, a ministra ressalta a importância de reconstruir o país de forma mais leve e ao lado de bons amigos, transformando a rotina diária de trabalho. Por fim, a última publicação categorizada como Maternal também fala sobre amizade. Com um grande sorriso e abraçada com Luciana Mendes Santos Servo, presidenta do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, e com Simone Tebet, ministra do Planejamento e Orçamento, Esther Dweck discorre acerca de sua felicidade em fazer parte do governo ao lado dessas mulheres, como podemos observar na imagem a seguir.

⁹⁹ Trecho retirado da fala de Esther Dweck na abertura do Mês das Mulheres. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpOnpF8uOjO>. Acesso em: 2 jan. 2025.

¹⁰⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Co6ADPxs7um?img_index=1. Acesso em: 2 jan. 2025.

¹⁰¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpTMnXrPffm>. Acesso em: 2 jan. 2025.

¹⁰² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpunM1WsaAU>. Acesso em: 2 jan. 2025.

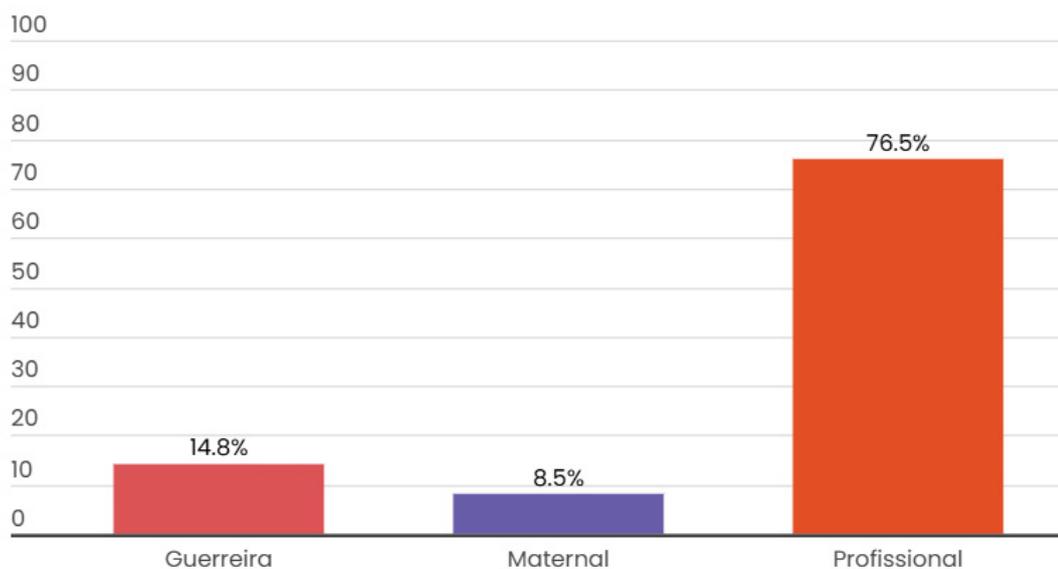
FIGURA 27 - ESTHER DWECK AO LADO DE SIMONE TEBET E LUCIANA MENDES



FONTE: Instagram de Esther Dweck¹⁰³.

Assim, a ministra projeta sua imagem como Maternal ao expressar a inspiração e companheirismo com ambas as políticas, enaltecendo a união e o comprometimento do trabalho em conjunto de suas respectivas pastas. No gráfico abaixo, podemos observar a distribuição das tipologias durante o período analisado, com a predominância do arquétipo Profissional com 76,5%, seguido da Guerreira, com 14,8% e, por fim, a tipologia Maternal com apenas 8,5%, de acordo com o que foi abordado anteriormente.

GRÁFICO 9 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR ESTHER DWECK NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2024).

¹⁰³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cp2tBuWMpgY>. Acesso em: 2 jan. 2025.

Na tabela abaixo, podemos analisar a distribuição mensal das publicações realizadas pela ministra e suas respectivas tipologias. Como citado no início do capítulo, as postagens no perfil de Esther Dweck começaram apenas no dia 6 de fevereiro de 2023, portanto o mês de janeiro não possui materiais para análise. Durante o mês de fevereiro, percebe-se um aumento da tipologia Guerreira em função de suas falas em defesa dos servidores públicos. Nesse período, Esther anunciou uma série de medidas para a retomada das regulamentações e ações para a valorização dos servidores federais, o que se relaciona à tipologia Guerreira devido à imagem de liderança, iniciativa e aspectos de comando projetados pela ministra.

TABELA 5 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	---	---	---	0
Fevereiro	21,4%	7,14%	71,4%	14
Março	7,6%	11,3%	80,7%	26
Abril	28,5%	---	71,4%	7

FONTE: a autora, 2024.

O mês de março, por sua vez, apresentou uma pequena variação na média geral, com um aumento das tipologias Maternal e Profissional, enquanto a Guerreira sofreu uma leve redução, demonstrando um maior foco no trabalho realizado pela ministra durante o período em questão, além de destacar sua amizade e parceria com outros políticos do governo Lula, como os citados anteriormente. Por fim, o mês de abril apresentou diferentes percentuais devido ao pequeno número de publicações (apenas sete) realizadas até a contabilização do centésimo dia de governo.

4.3.6 Luciana Santos - ministra da Ciência, Tecnologia e Informação

Luciana Barbosa de Oliveira Santos¹⁰⁴, nascida em Recife, tem 59 anos e uma longa carreira política ligada à ciência e tecnologia. Formada em engenharia elétrica, iniciou na militância por meio do movimento estudantil em 1984, presidindo o Diretório Acadêmico de Engenharia e Computação da Universidade Federal de Pernambuco no ano seguinte. “Em 1987, filiou-se ao Partido Comunista do Brasil (PCdoB) e entre os anos de 1989 e 1991 foi vice-presidente regional da União Nacional dos Estudantes (UNE)” (PCdoB, 2019), assumindo o mandato como deputada estadual em 1996.

¹⁰⁴ Todas as informações sobre Luciana Santos foram retiradas do site oficial do PCdoB e do Gov.br. <https://www.gov.br/mcti/pt-br/composicao/ministra>. Acesso em: 30 dez. 2024. <https://pcdob.org.br/candidaturas/luciana-santos-2/>. Acesso em: 30 dez. 2024.

Posteriormente, em 2000, Luciana Santos foi eleita prefeita de Olinda, se reelegendo em 2004. Seu mandato foi premiado por diversas instituições devido ao seu trabalho nas áreas da educação, administração pública e empreendedorismo, fortalecendo as instituições do município durante seu mandato. Em consequência, Luciana foi nomeada, em 2009, pelo então governador de Pernambuco, Eduardo Campos, como secretária da Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco.

Em sua atuação, buscou imprimir uma agenda de desenvolvimento sustentável, investindo na inovação tecnológica como forma de desenvolvimento e de redução das desigualdades sociais. Em 2010 foi eleita deputada federal. Na Câmara foi titular da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), de Desenvolvimento Urbano (CDU) e da Comissão de Cultura (CCULT), da qual foi vice-presidente. Nas comissões especiais da Câmara, foi membro titular de Resíduos Sólidos; do Código Nacional de Ciência e Tecnologia; do Marco Civil da Internet; de Atividades de Ciência, Tecnologia e Inovação e de Proteção à Saúde e ao Meio Ambiente. Também fez parte do Conselho de Altos Estudos e Avaliação Tecnológica da Casa. Nos oito anos de mandato foi na maior parte do período a única mulher da bancada do Estado no Congresso Nacional. (Gov.br, 2024¹⁰⁵)

Já em 2018, ao lado de Paulo Câmara, Luciana assumiu a vice-governadoria de Pernambuco, tornando-se a primeira mulher a ocupar o cargo¹⁰⁶. Com a eleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, foi escolhida para chefiar o Ministério da Ciência, Tecnologia e Informação (MCTI), sendo novamente a primeira mulher e primeira pessoa negra a assumir o cargo, anteriormente comandado por Marcos Pontes.

Durante os 100 primeiros dias de governo, Luciana Santos contabilizou 260 postagens, sendo 56 no formato *reels* e 203 postagens estáticas, que compreendem carrosséis, fotos e informativos. Justamente pelo seu longo envolvimento com temas como a tecnologia, inovação e a própria militância dentro do PCdoB, os conteúdos publicados pela ministra ressaltam sua imagem pública profissional, comprometimento e trabalhos realizados dentro da pasta, além de ressaltar ações realizadas pelo governo federal, governo estadual de Pernambuco, prefeitura de Recife e prefeitura de Olinda, uma vez que tais cidades e Estado marcam a trajetória política e profissional da ministra.

Nessas publicações, Luciana se apresenta a partir do *ethos* de credibilidade ao posar em fotos ao lado de diversas autoridades, como o presidente Lula, o vice-presidente Geraldo Alckmin, lideranças partidárias do PCdoB e professores e pesquisadores. Ao longo das postagens, a ministra ressalta o trabalho das instituições e/ou pastas do governo em conjunto

¹⁰⁵ Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/composicao/ministra>. Acesso em: 30 dez. 2024.

¹⁰⁶ Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/12/22/ex-lider-estudantil-luciana-santos-sera-nova-ministra-da-ciencia-e-tecnologia>. Acesso em: 30 dez. 2024.

do MCTI (Ministério da Ciência, Tecnologia e Informação), citando acordos de cooperação e iniciativas de reconexão voltadas ao desenvolvimento do país nas áreas científicas.

FIGURA 28 - PUBLICAÇÃO DE LUCIANA SANTOS AO LADO DE RICARDO GALVÃO



FONTE: Instagram de Luciana Santos¹⁰⁷.

Na postagem¹⁰⁸ acima, realizada no dia 17 de janeiro de 2023, Luciana anunciou o professor Ricardo Galvão como o novo presidente do CNPq, reforçando sua seriedade e competência, destacando sua qualificação para assumir o cargo. Além disso, a ministra também discorre sobre novas medidas concretas tomadas pelo MCTI para a recomposição do orçamento do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Essa abordagem projeta uma imagem de eficiência e compromisso com ações técnicas e práticas, como pode ser analisado com o trecho “Tive a satisfação de anunciar também a recomposição do orçamento do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico”. Na imagem, podemos destacar aspectos como o vestido social – comumente utilizado pela ministra –, expressão séria, uso de cores neutras, acessórios não chamativos, como relógio e brincos, e o ambiente oficial do governo onde ocorreu o evento de nomeação.

Da mesma forma, a tipologia Profissional é ressaltada na imagem pública de Luciana Santos durante a visita oficial do governo brasileiro a Buenos Aires¹⁰⁹, Argentina, em busca de retomar as parcerias entre os dois países e solidificar acordos já existentes. Durante os eventos, Luciana esteve em reunião com Daniel Filmus, ministro de Ciência e Tecnologia da Argentina, assinando parcerias de cooperação científica em diferentes áreas, reforçando a imagem de liderança baseada na competência e na eficácia da sua atuação frente ao MCTI.

¹⁰⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CniH3rzO4EZ?img_index=1. Acesso em: 30 dez. 2024.

¹⁰⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CniH3rzO4EZ?img_index. Acesso em: 30 dez. 2024.

¹⁰⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnxZFuSubOD>. Acesso em: 30 dez. 2024.

FIGURA 29 - PUBLICAÇÃO DE LUCIANA SANTOS AO LADO DE DANIEL FILMUS



FONTE: Instagram de Luciana Santos¹¹⁰.

Nesse sentido, a ministra evidencia seu papel como uma figura proativa e eficiente na consolidação das relações bilaterais, enfatizando ações específicas e resultados práticos, como podemos analisar no trecho: “Estamos nos reconectando com nossos vizinhos. E entendemos que Ciência, Tecnologia e Inovação podem ser instrumentos poderosos para o desenvolvimento de nossa região” (Santos, 2023). O uso de uma linguagem formal, mas acessível, permite que o texto transmita confiança e engajamento ao mesmo tempo em que celebra os avanços alcançados. Na imagem anterior, podemos observar Luciana Santos posando ao lado de Daniel Filmus de forma sorridente e diplomática, complementando a narrativa e reforçando a mensagem de união e reconstrução, além de sua imagem pública profissional. Essa tipologia, portanto, corresponde a 75% das publicações analisadas durante o período.

Durante o mês de março, a ministra realizou uma série de repostagens do perfil do Ministério da Ciência, Tecnologia e Informação de publicações chamadas de “Elas na Ciência”, que abordam a história de pesquisadoras e promovem diálogos com algumas das cientistas que estão à frente da tecnologia e inovação no Brasil, como Jaqueline Goes de Jesus, reconhecida por mapear o genoma do novo coronavírus no Brasil em apenas 48 horas após a confirmação do primeiro caso de Covid-19 no país. Essa série de publicações faz uso

¹¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnxZFuSubOD>. Acesso em: 30 dez. 2024.

da tipologia Profissional ao ressaltar a atuação e comprometimento das pesquisadoras, levantando a importância do incentivo de mais mulheres na ciência.

Em outra publicação¹¹¹, Luciana visita o Projeto Sirius¹¹² e os laboratórios que compõem o complexo. A tipologia Profissional domina tanto o texto como a imagem, utilizando uma descrição clara e objetiva da importância científica, industrial e educacional desse projeto, apresentando-o como um investimento estratégico para o país, valorizando seu impacto nas pesquisas científicas de ponta, na formação de novos pesquisadores e na produção de conhecimento no Brasil. A ministra discorre sobre a importância e o compromisso do MCTI em garantir o futuro do Projeto Sirius, utilizando um tom de liderança firme e estratégica. Posicionando-se como defensora ativa de um dos maiores projetos de ciência e tecnologia do país, resalta sua importância para o desenvolvimento nacional e assegura sua continuidade, como podemos analisar no seguinte excerto: “É um patrimônio do nosso país e nós vamos garantir que ele continue cumprindo o seu papel de alavancar o desenvolvimento brasileiro” (Santos, 2023).

A tipologia Guerreira é o segundo arquétipo mais presente nas publicações da ministra da ciência, correspondendo a 13,07% das postagens analisadas no período de 100 dias. A partir dela, observamos a militância de Luciana Santos, seu comprometimento com as minorias, o papel de liderança no PCdoB e sua luta em defesa de projetos sociais, como o Bolsa Família, Minha Casa Minha Vida e a lei de cotas.

FIGURA 30 - LUCIANA SANTOS AO LADO DA BANCADA DO PCDOB



FONTE: Instagram de Luciana Santos¹¹³.

¹¹¹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cqdex2HO_84. Acesso em: 31 dez. 2024.

¹¹² O Projeto Sirius é o segundo e mais importante acelerador de partículas do Brasil, localizado em Campinas juntamente à Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Com mais de 68 mil metros quadrados, o acelerador foi inaugurado em 2018, sendo a maior e mais complexa infraestrutura de pesquisa do Brasil.

¹¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CoIf-SuOPXs>. Acesso em: 30 dez. 2024.

Isso pode ser analisado na publicação¹¹⁴ de Luciana ao lado da bancada do PCdoB na Câmara dos Deputados, composta por Renildo Calheiros, Alice Portugal, Jandira Feghali, Daniel Almeida, Márcio Jerry e Daiana Santos, como podemos observar na imagem acima. Nela, a ministra destaca a luta política dos seus pares, o compromisso com a reconstrução do Brasil e a união na luta por um país mais justo, uma vez que enfatiza a atuação da bancada como força coletiva no combate diante dos desafios, como podemos constatar nos seguintes fragmentos: “Mulheres e homens competentes, que não fogem da luta e têm compromisso com o povo” (Santos, 2023) e “Uma bancada de gigantes” (Santos, 2023).

FIGURA 31 - LUCIANA SANTOS NA ENTREGA DO PRÊMIO CAROLINA BORI CIÊNCIA & MULHER



FONTE: Instagram de Luciana Santos¹¹⁵.

As publicações classificadas como Guerreira abordam temas como desigualdade de gênero, defesa de políticas públicas robustas para enfrentar a violência contra a mulher e valorização das mulheres na ciência, como podemos observar na imagem acima. Na postagem¹¹⁶, Luciana participa da cerimônia de entrega do 4º Prêmio Carolina Bori Ciência & Mulher para dezoito estudantes do ensino médio e de graduação, realizado pela Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC).

¹¹⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoIf-SuOPXs?img_index=1. Acesso em: 1 jan. 2025.

¹¹⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ConMIoHuIPd>. Acesso em: 1 jan. 2025

¹¹⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ConMIoHuIPd>. Acesso em: 1 jan. 2025.

Ao falar sobre a luta pela democratização da ciência e da importância de criar oportunidades para mais mulheres adentrarem na ciência brasileira, principalmente nas áreas de exatas, engenharias, tecnologia e informação, a ministra se posiciona com comprometimento em combater essas disparidades, aspectos referentes à tipologia Guerreira. Isso é possível observar nos seguintes trechos: “Falamos sobre a desigualdade de gênero e o nosso compromisso com a retomada da agenda das mulheres na ciência” (Santos, 2023) e “É fundamental fortalecermos os instrumentos que dispomos e avançar na construção e implementação de ferramentas capazes de democratizar e garantir a participação feminina” (Santos, 2023). Dessa forma, os aspectos imagéticos e textuais utilizados na publicação reconhecem e valorizam os talentos femininos no país, colocando a igualdade de gênero como elemento central de discussão.

Por sua vez, a tipologia Maternal teve menor presença durante o período analisado, correspondendo a apenas 11,9% das publicações. A maior parcela de postagens do arquétipo Maternal se concentrou no mês de fevereiro em razão da celebração do Carnaval em Olinda e Recife, como podemos notar nos excertos abaixo. Abordando sobre a volta do Carnaval e o reconhecimento da ciência como protagonista na luta contra a Covid-19, Luciana fala de forma afetuosa sobre as tradições culturais da região, citando a música de Luiz Bandeira, que evoca a tradição e emoção associadas à festividade.

FIGURA 32 - PUBLICAÇÃO DE LUCIANA SANTOS CELEBRANDO O CARNAVAL DE RECIFE



FONTE: Instagram de Luciana Santos¹¹⁷.

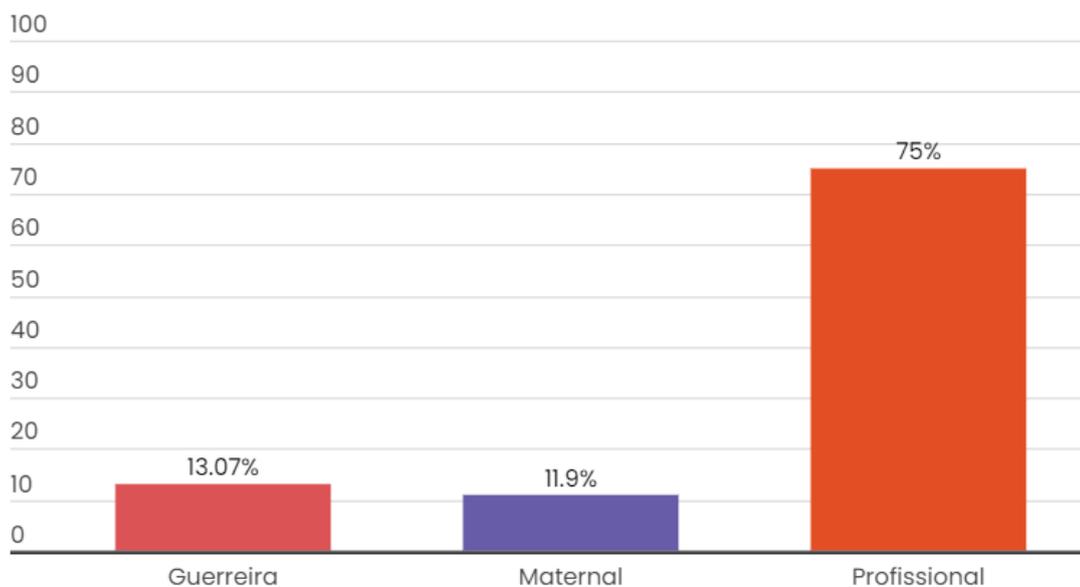
Dessa forma, a ministra coloca o Carnaval como um espaço de felicidade, pertencimento e reconexão para ela e seu povo, projetando uma imagem de alegria, sensibilidade e nostalgia. Essa visão maternal é especialmente evidente na utilização de cenas

¹¹⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ConMIoHuIPd>. Acesso em: 1 jan. 2025.

festivas para compor o *reels*, na escolha da música “Voltei Recife” de Luiz Bandeira usada de *soundtrack* e na descrição das tradições e dos símbolos culturais que unem a comunidade, como nas frases “A Festa de Momo vira poesia, vira fantasia onde não há lugar inalcançável” (Santos, 2023) e “[...] é de frevo, de rua, de Carnaval, de amor e felicidade” (Santos, 2023). Essas construções reforçam o tom caloroso e festivo, celebrando as tradições locais como algo que precisa ser preservado e vivido intensamente.

Já na imagem anterior, podemos observar o tom alegre e acolhedor ressaltado na publicação, que mostra Luciana Santos com trajes festivos, sorridente e abraçada com a população de Recife. No texto de apoio, a ministra evidencia o Carnaval ao evocar o senso de pertencimento, o cuidado com a cultura local e com as pessoas que participam da celebração, valorizando o carinho e a conexão humana durante o Carnaval, como podemos analisar nos trechos “O Recife está lindo! Os palcos, as pontes, o Galo, o povo nas ruas, os abraços, os sorrisos” (Santos, 2023) e “De abraço da nossa gente com sua maior festa” (Santos, 2023). Assim, essa narrativa captura a essência emocional e social do Carnaval, conectando a beleza da cidade à experiência coletiva de alegria e celebração, refletindo em uma imagem pública afetuosa, emotiva e sensível, pertencentes à tipologia Maternal.

GRÁFICO 10 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR LUCIANA SANTOS NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2024).

O gráfico acima apresenta a porcentagem de ocorrência das tipologias de Panke (2016) na imagem pública de Luciana Santos durante o período analisado, destacando a

predominância do arquétipo Profissional, que corresponde a 75% das postagens, seguido por 13,07% relacionadas à Guerreira e apenas 11,9% à tipologia Maternal.

Já na tabela abaixo, podemos nos aprofundar na distribuição mensal das publicações e suas respectivas tipologias, na qual se observa um pequeno aumento na presença do arquétipo Profissional nos meses de janeiro e abril. O primeiro mês de governo foi marcado por reuniões ministeriais, anúncios de novos secretários, coordenadores e colaboradores do Ministério, focando as publicações na agenda de Luciana e ações realizadas pelo MCTI durante o período. Da mesma forma, o mês de abril foi marcado por postagens sobre os 100 primeiros dias de governo, apresentando os trabalhos já realizados pelo ministério e pelo governo federal, além de cooperações com outras pastas e instituições.

TABELA 6 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	13,5%	6,75%	79,7%	7
Fevereiro	9,58%	23,2%	67,7%	73
Março	16,8%	6,74%	76,4%	89
Abril	8,33%	12,5%	79,1%	24

FONTE: a autora, 2024.

Em contrapartida, percebemos a diminuição da tipologia Profissional e Guerreira no mês de fevereiro, dando enfoque ao arquétipo Maternal, uma vez que as publicações ocorridas durante o mês discorrem sobre o Carnaval de Pernambuco, mostrando uma imagem pública carregada de emoção. Luciana Santos posa em fotos ao lado da população e de outras figuras políticas como Waldemar Borges, esposo da ministra da ciência, e João Henrique Campos, prefeito de Recife, utilizando um tom alegre para falar sobre o Carnaval.

Por fim, o mês de março marca um pequeno aumento da tipologia Guerreira em decorrência do Mês da Mulher, em que se é comemorado a luta das mulheres por igualdade de gênero, contra a violência e a discriminação. Durante o mês, Luciana abordou em maior profundidade pautas como políticas públicas de gênero, o comprometimento do governo federal e do MCTI com o enfrentamento das desigualdades e o trabalho a ser realizado para garantir a maior participação feminina nas áreas científicas e tecnológicas.

4.3.7 Margareth Menezes - ministra da Cultura

Margareth Menezes da Purificação¹¹⁸, nascida em Salvador, tem 62 anos e uma longa trajetória na música brasileira. Cantora, compositora, instrumentista e atriz, Margareth iniciou sua carreira no teatro aos 15 anos e, em 1983, após já atuar em diversas peças, participou da fundação do Gran Circo Troca de Segredos em Salvador, lugar que se tornou um espaço cultural para artistas nacionais e internacionais. Em 1986, deu início à sua carreira musical, passando a se apresentar ao lado de Silas Henrique em espaços comunitários de ações socioeducativas e de desenvolvimento social.

No ano seguinte, Margareth Menezes lançou seu primeiro LP intitulado “Faraó (Divindade do Egito)”, o primeiro samba-reggae gravado no Brasil, vendendo mais de 100 mil cópias. Já em 1988, lançou seu primeiro álbum, “Margareth Menezes”, realizando turnês dentro e fora do Brasil, apresentando-se em 42 países e somando mais de 36 anos de atuação. Além disso, Margareth também é “Ganhadora de dois troféus Caymmi, dois troféus Imprensa, quatro troféus Dodô e Osmar, além de ser indicada para o Grammy Awards e Grammy Latino” (Gov.br, 2023).

Foi considerada uma das 100 mulheres negras mais influentes do mundo pela *Most Influential People of African Descent* (MIPAD), que reconhece a sua atuação frente ao ativismo, à representação do povo negro brasileiro em suas músicas e trabalhos realizados. Entre esses trabalhos, está a Associação Fábrica Cultural, organização fundada por Margareth em 2004, em Salvador, que busca desenvolver projetos de qualificação nos eixos de Cultura, Educação e Sustentabilidade, visando desenvolvimento territorial. Ela também é responsável pela fundação do Mercado Iaô, em 2014, “um de seus projetos mais representativos [...] (que) já mobilizou mais de 100 mil pessoas em torno da arte e do empreendedorismo criativo em Salvador” (G1, 2021¹¹⁹). Assim, devido à sua longa atuação artística como um dos maiores nomes da música brasileira, foi escolhida, com a eleição de Lula da Silva em 2023, para assumir o cargo de ministra da Cultura, sendo a primeira mulher negra a ocupar essa posição.

¹¹⁸ Todas as informações sobre Margareth Menezes foram retiradas do site oficial do Gov.br, Ancestralidades e Nova Brasil FM.

Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/composicao/gabinete-da-ministra/margareth-menezes-1>. Acesso em: 5 fev. 2025.

<https://novabrasilfm.com.br/notas-musicais/margareth-menezes-vida-obra-e-maiores-sucessos>. Acesso em: 5 fev. 2025.

<https://www.ancestralidades.org.br/biografias-e-trajetorias/margareth-menezes>. Acesso em: 5 fev. 2025.

¹¹⁹ Disponível em:

<https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2021/10/06/margareth-menezes-celebra-nomeacao-como-uma-das-100-personalidades-negras-mais-influentes-do-mundo-reconhecimento.ghtml>. Acesso em: 5 fev. 2025.

Durante os 100 primeiros dias de governo, Margareth Menezes contabilizou 75 postagens, 38 no formato *reels* e 37 estáticas, que compreendem carrosséis, fotos e informativos. Justamente pela sua atuação artística ocorrer enquanto chefia o Ministério da Cultura (MINC), os conteúdos publicados pela ministra evidenciam, além de sua agenda de eventos e shows realizados em todo o país, o trabalho desempenhado dentro do governo federal, o comprometimento com pautas sociais, como o combate ao racismo e à misoginia, e reuniões com autoridades, políticos e artistas diversos. Nessas publicações, Margareth se apresenta a partir do *ethos* de credibilidade ao posar ao lado de figuras como o presidente Lula, os cantores Gilberto Gil, Caetano Veloso, Alcione e diversas outras personalidades brasileiras, ressaltando tanto os seus trabalhos quanto a ação conjunta do MINC com artistas da cultura brasileira.

Em uma publicação que traz um trecho de sua entrevista ao portal de notícias *GI*, a ministra fala sobre a valorização da cultura nacional a partir de ações pretendidas pelo MINC, destacando a influência cultural brasileira no mundo e a necessidade do fortalecimento da identidade do país. Trechos como “Eu acho que a gente tem que aproveitar isso e aproveitar essa abertura que o mundo tem com o Brasil, né? Não é de agora que o Brasil é tido como um país assim, de uma cultura potente” (Menezes, 2023) e “existe esse sentimento de brasilidade, dado a essa riqueza que nós temos em todas as regiões” (Menezes, 2023¹²⁰) colocam a cultura brasileira como uma força internacional, possibilitando o crescimento econômico e investimentos na área por meio de intercâmbios entre regiões e países.

Desse modo, características ligadas ao arquétipo Profissional são ressaltadas na sua imagem pública, principalmente quando há a indicação de um olhar técnico e estratégico para a valorização da cultura brasileira. Os mesmos atributos são percebidos no anúncio da nova diretoria do Iphan, em que Margareth adota um tom informativo e institucional para mencionar os novos nomes da composição do órgão, detalhando suas qualificações acadêmicas e profissionais, além de mencionar o alinhamento de diretrizes, planejamento e ações que enfatizam a abordagem administrativa da gestão da própria ministra.

Na imagem a seguir, Margareth posa ao lado de representantes e da nova gestão do Iphan: Leandro Grass, presidente da instituição; Andrei Rosenthal Schleed, diretor do Departamento de Patrimônio Material e Fiscalização; e Deyvesson Gusmão, diretor do Departamento de Patrimônio Imaterial. Assim, na imagem são destacadas características profissionais a partir da postura diplomática, uso de roupas formais e de pequenos acessórios, bem como da foto em ambiente oficial do Iphan.

¹²⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cm-QymUJI73>. Acesso em: 5 fev. 2025.

FIGURA 33 - PUBLICAÇÃO DE MARGARETH MENEZES AO LADO DA DIRETORIA DO IPHAN



FONTE: Instagram de Margareth Menezes¹²¹.

Já quando abordamos a relação da ministra com os palcos, uma publicação de 1º de fevereiro de 2023 comemora a volta do Festival Verão de Salvador após dois anos sem realização devido à pandemia de Covid-19. Em um dos dias do festival, Margareth subiu ao palco ao lado das cantoras Larissa Luz e Majur para celebrar as diferentes gerações da música baiana e, apesar do tom festivo, a postagem se caracteriza como Profissional ao mostrar o trabalho artístico da ministra, focando em sua atuação e importância na música brasileira.

FIGURA 34 - FRAME DO SHOW DE MARGARETH NO FESTIVAL VERÃO



FONTE: Instagram de Margareth Menezes¹²².

¹²¹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CnPcuCOR6J6?img_index=2. Acesso em: 5 fev. 2025.

¹²² Disponível em: https://www.instagram.com/p/CnPcuCOR6J6?img_index=2. Acesso em: 5 fev. 2025.

No *frame* retirado da publicação (figura 34), percebemos o uso de estampas e acessórios africanos, conectando-se com a história de Margareth na defesa da memória dos povos negros brasileiros. Esses atributos, apesar de se relacionarem com a tipologia Guerreira, são enfatizados durante a atuação da ministra em seu ambiente de trabalho artístico, não se tornando o foco da publicação, já que não deixou de atuar como cantora enquanto chefia o Ministério da Cultura.

FIGURA 35 - *FRAME* DO SHOW DE MARGARETH DO DVD VOZ E TALISMÃ



FONTE: Instagram de Margareth Menezes¹²³.

Em outro momento, como exposto na imagem abaixo, os 35 anos de carreira de Margareth Menezes são celebrados com uma publicação que mostra registros da gravação da música Toté de Maianga, do DVD Voz e Talismã, um dos principais sucessos da cantora, reforçando o caráter Profissional. Ao citar “No canal oficial de Maga no YouTube você encontra muitos registros históricos, para ver e rever sempre que quiser” (Menezes, 2023), há a promoção do trabalho da artista e um incentivo para que o público acesse, consuma os conteúdos publicados na plataforma e mantenha uma conexão mais próxima com ela. Dessa forma, a tipologia Profissional corresponde ao arquétipo com maior presença na imagem pública de Margareth Menezes, ocorrendo em 65,3% das publicações analisadas no período em questão. Isso ressalta a carreira da artista, sua atuação à frente do Ministério da Cultura e a valorização de artistas brasileiros, como abordaremos posteriormente.

Já quando passamos a analisar aspectos ligados à tipologia Maternal, segunda mais presente na imagem da ministra, notamos uma concentração em momentos de homenagens, festas populares, religiosidade e celebração da cultura popular nordestina e brasileira, como

¹²³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CnPcuCOR6J6?img_index=2. Acesso em: 5 fev. 2025.

podemos observar na participação de Margareth no desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro. Homenageada pela Mangueira, a ministra participa do desfile “As Áfricas que a Bahia canta” no carro alegórico “Axés”, sendo seguida por uma multidão que comemora as raízes africanas brasileiras.

Na publicação, Margareth fala sobre a alegria da volta do Carnaval após os anos de pandemia, da sua participação como homenageada pela escola de samba e o reencontro com amigos, utilizando um tom celebrativo, afetivo e caloroso, características intrínsecas ao arquétipo Maternal. A forma como os eventos foram descritos transmite uma sensação de acolhimento e emoção, como em “O carnaval da alegria, de reencontros e homenagens” (Menezes, 2023) e “A maior festa do mundo voltou e esperamos que em 2024 seja ainda mais festiva e bonita!” (Menezes, 2023). Além disso, como podemos observar na imagem abaixo, Margareth faz uso de roupas festivas com as cores da escola de samba, sorrindo e com uma feição emocionada ao ser celebrada pela Mangueira no Carnaval carioca.

FIGURA 36 - FOTO DE MARGARETH MENEZES DESFILANDO PELA MANGUEIRA



FONTE: Instagram de Margareth Menezes¹²⁴.

A relação próxima entre Margareth e Gilberto Gil também é evidenciada em diferentes momentos. Em uma publicação, a ministra aparece cantando ao lado de Gil e Flora Gil, dando início às homenagens do Expresso 2222 – um dos blocos mais icônicos do Carnaval de Salvador. O registro também destaca cenas do show e a proximidade entre os artistas, marcada por um selinho afetivo, como podemos observar na imagem seguinte (figura 37).

¹²⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Co-3IzcJ0RI?img_index=1. Acesso em: 6 fev. 2025.

Os aspectos maternos se fazem presente no afeto demonstrado entre Margareth e Gil, na celebração do Carnaval de Salvador e no tom festivo da publicação. Em outro momento, a mesma situação se repete com a participação da ministra no último episódio da série “Amigos, Sons e Palavras”, série da *Globoplay*, em que Gilberto Gil recebe nomes da cultura brasileira para encontros intimistas, conversas sobre a relação dos convidados com ele e a história de cada um com a música. A publicação apresenta um recorte do episódio com participação de Margareth, exibindo ambos os artistas cantando, em uma relação de intimidade e amizade¹²⁵. Assim, a tipologia Maternal está em 21,3% das publicações analisadas no período, atuando de forma a suavizar a imagem pública de Margareth, gerar proximidade com seu público e contribuir para a visão da cultura como algo vivo e em constante mudança.

FIGURA 37 - FOTO DE MARGARETH MENEZES DANDO UM SELINHO EM GILBERTO GIL



FONTE: Instagram de Margareth Menezes¹²⁶.

Por fim, postagens que versam sobre a luta por direitos de minorias, emergência pública e casos de violência demonstram características ligadas ao arquétipo Guerreira, utilizando um tom de mobilização social, enfrentamento e reconstrução. Esses atributos são mostrados em uma publicação¹²⁷ de Margareth discursando durante a posse do Ministério da Cultura, na qual reafirma a importância da cultura como elemento essencial para toda a

¹²⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpOEzEapS0P>. Acesso em: 6 fev. 2025.

¹²⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Co1FCSvAaYH>. Acesso em: 6 fev. 2025.

¹²⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cm7oSzAJ4bJ>. Acesso em: 6 fev. 2025.

sociedade, especialmente diante do desmonte do MINC e de projetos governamentais voltados para artistas durante o governo de Jair Bolsonaro.

Apontamentos como “Se a cultura do Brasil é uma das mais influentes do mundo [...] Isso se deve ao seu povo, aos seus artistas, ao setor cultural. Precisamos voltar a ser respeitados e colocar o Ministério na afirmação dessa grandeza” (Menezes, 2023) e “[...] educação sem cultura é ensino, segurança sem cultura é repressão, saúde sem cultura é remediação, desenvolvimento social sem cultura é assistência” (Menezes, 2023) contribuem para o entendimento da importância cultural do Brasil, e constata que a ministra assume uma postura combativa e de defesa da identidade cultural brasileira como um pilar para a reconstrução do país.

A mesma postura ocorre durante os ataques ao Palácio do Planalto em 8 de janeiro de 2023, quando Margareth utiliza um tom firme de denúncia e enfrentamento ao descrever os ataques: “O mundo assiste, estarecido, à violência do terrorismo de extrema direita contra o estado democrático brasileiro. A dilapidação do patrimônio público e da consciência livre do nosso povo não será tolerada” (Menezes, 2023). A postagem¹²⁸, com *printscreens* do X da ministra, mobiliza a indignação com a destruição do patrimônio artístico e cultural do Brasil, alocando o Iphan no imediato trabalho de avaliar, relatar e recuperar as obras danificadas e perdas durante os ataques, ao mesmo tempo em que cobra para que ações sejam tomadas e punição para os responsáveis.

O vocabulário utilizado por Margareth, com termos como “barbaramente atacado”, “imediata diligência”, “destruição cometida nos prédios do Palácio do Planalto”, reforça a ideia de ação e resposta enérgica, características da tipologia Guerreira. O arquétipo também se faz presente em momentos de defesa dos povos indígenas e da necessidade de dar visibilidade às suas pautas urgentes, especialmente diante da crise e violências enfrentadas pelo povo Yanomami, conferindo à sua comunicação um tom combativo, de mobilização e de defesa da causa indígena.

¹²⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CnMaz0OObVu?img_index=3. Acesso em: 6 fev. 2025.

FIGURA 38 - FOTO DE MARGARETH MENEZES COM COMUNIDADE INDÍGENA DE CUIABÁ



FONTE: Instagram de Margareth Menezes¹²⁹.

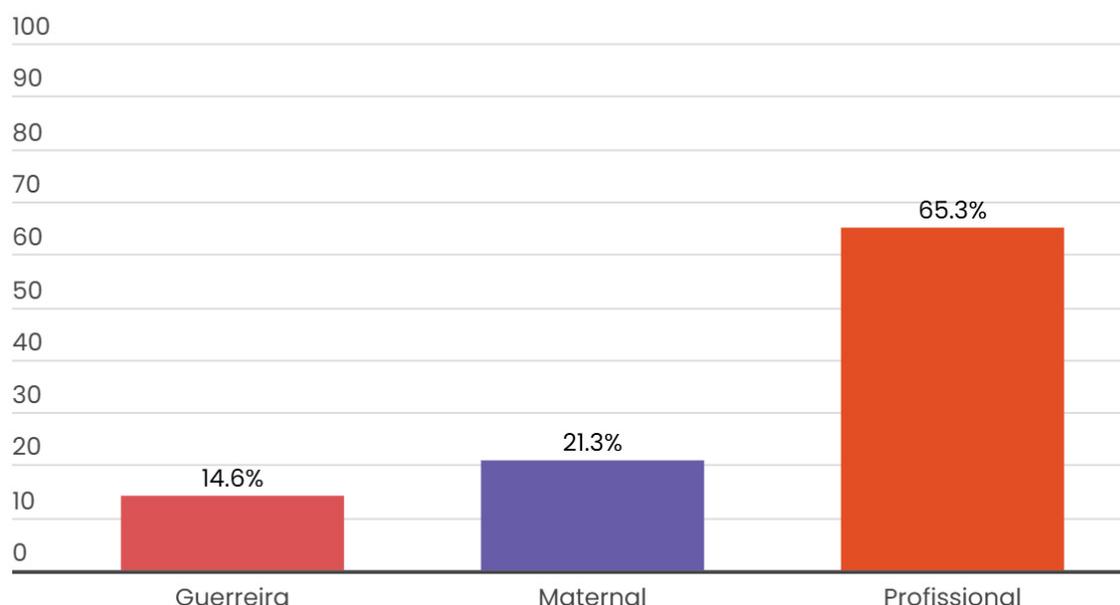
A publicação, como podemos ver acima, mostra Margareth Menezes ao lado de uma comunidade indígena em Cuiabá, durante a realização dos jogos indígenas em 2013. Nela, a ministra fala sobre o Dia Nacional de Luta dos Povos Indígenas, abordando a importância da cultura dos povos tradicionais em nossa identidade, vocabulário e expressões artísticas, além de citar as pautas urgentes dos Yanomami, ressaltando características ligadas ao arquétipo Guerreira em sua imagem pública.

Na imagem, Margareth Menezes está imersa na festividade cultural da comunidade, usando acessórios indígenas adornados com penas, interagindo e de mãos dadas com as mulheres da aldeia. Essa representação visual, aliada ao texto de apoio da publicação, contribui para a construção de sua imagem pública associada à luta e à defesa das causas sociais, reforçando traços característicos do arquétipo Guerreira.

Entretanto, embora o arquétipo esteja presente nesta e em outras publicações, ele aparece com menor frequência na projeção da imagem da ministra nas redes sociais. De acordo com os dados analisados, esse arquétipo corresponde a 14,6% do total de suas postagens, sendo o de menor predominância em comparação com outras tipologias adotadas em sua comunicação pública, conforme ilustrado no gráfico a seguir.

¹²⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Co1FCSvAaYH>. Acesso em: 6 fev. 2025

GRÁFICO 11 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR MARGARETH MENEZES NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2024).

Já quando passamos a analisar a distribuição mensal do aparecimento das tipologias na imagem pública de Margareth, presente na tabela abaixo, percebemos o aumento do arquétipo Guerreira no mês de janeiro, acompanhado por uma diminuição dos aspectos Maternais. Isso se deu em razão dos ataques ao Palácio do Planalto e da destruição dos bens artísticos e culturais alocados no congresso, além das ações emergenciais realizadas pelo governo para conter a grave situação que os povos Yanomami se encontravam, assumindo uma postura dura, de denúncia e enfrentamento, evidenciando sua luta por direitos das minorias sociais.

TABELA 7 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	33,3%	4,76%	61,9%	21
Fevereiro	4,34%	34,7%	60,8%	23
Março	11,5%	19,2%	69,2%	26
Abril	---	28,5%	71,4%	7

FONTE: a autora, 2024.

No entanto, a situação se inverte em fevereiro, passando a destacar a tipologia Maternal e diminuindo consideravelmente a presença de publicações com aspectos Guerreira. No decorrer do mês, ocorrem diversas festividades e homenagens que colocam em evidência características como religiosidade, afeto, amizade e acolhimento, como podemos notar na

celebração dos 100 anos da Festa de Iemanjá em Salvador¹³⁰, um legado do povo africano no Brasil e patrimônio cultural da capital. Além das celebrações, Margareth também comemora a volta do Carnaval, participando de diversos shows e homenagens durante o mês, como citamos anteriormente na análise. Por conseguinte, março se mantém próximo da média geral e abril, por sua vez, apresenta pequenas oscilações na presença dos arquétipos em decorrência do baixo número de postagens.

4.3.8 Marina Silva - ministra do Meio Ambiente

Marina Osmarina da Silva Vaz de Lima¹³¹, nascida em Rio Branco, no Acre, é um nome de destaque na política brasileira. Sua trajetória foi fortemente influenciada pela aproximação com Chico Mendes, seringueiro e ativista, símbolo da luta pela Amazônia após ser assassinado em 1988. Iniciou sua vida política aos 28 anos e, em 1986, disputou sua primeira eleição como deputada estadual, sendo eleita apenas em 1988 como vereadora de Rio Branco.

Em 1990, tornou-se deputada estadual e em 1994, chegou à Brasília eleita a senadora mais jovem da história da República. Tinha 35 anos. Foi reeleita em 2002, com votação quase três vezes superior à anterior, e em 2003 nomeada ministra do Meio Ambiente, cargo que ocupou com excelência até 2008, quando retornou ao senado para terminar de cumprir o mandato (Marina Silva, 2024)¹³².

Concorreu à Presidência da República pela primeira vez em 2010, atingindo 20% dos votos válidos e terminando em terceira posição no pleito. Também concorreu em 2014, como vice-presidente, e, em 2018, disputou pela terceira vez ao cargo.

Com mais de quatro décadas de militância e vida pública, Marina Silva é referência para diferentes gerações e conquistou um lugar de destaque na história do Brasil. De origem humilde, é mãe de quatro filhos, já trabalhando como seringueira, empregada doméstica e professora de história [...] é um exemplo de perseverança, de que o trabalho e o esforço, aliados ao comprometimento com as causas socioambientais mais importantes, pode mudar o rumo da vida das pessoas e salvar o planeta (Marina Silva, 2024)¹³³.

¹³⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CoJxUnpA3ma>. Acesso em: 6 fev. 2025.

¹³¹ Todas as informações pessoais de Marina Silva foram retiradas do seu site pessoal e do site da Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://marinasilva.org.br/>.

Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/220637/biografia>. Acesso em: 11 maio 2024.

Disponível em: <https://marinasilva.org.br/trajetoria-de-sucesso/>. Acesso em: 11 maio 2024.

¹³² Disponível em: <https://marinasilva.org.br/trajetoria-de-sucesso/>. Acesso em: 12 maio 2024.

¹³³ Disponível em: <https://marinasilva.org.br/>. Acesso em: 12 maio 2024.

Atuou à frente do Ministério do Meio Ambiente de 2003 a 2008, voltando a chefiar o cargo novamente em 2023, com a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva, consolidando grande parte da sua imagem pública como ministra da República. Durante os 100 primeiros dias de governo, contabilizou 103 postagens, sendo 36 *reels* e 64 postagens estáticas, contendo carrosséis, fotos e informativos.

Grande parte dos conteúdos publicados na rede oficial da ministra trazem à tona o teor de autoridade, seja em se apresentar como uma política com mais de 35 anos de experiência, ou ao aparecer ao lado de outras figuras públicas de relevância nacional e internacional, como o ministro do Meio Ambiente da Noruega, Espen Barth Eide, e o senador dos Estados Unidos, Bernie Sander (figura 39). Além disso, em inúmeros momentos Marina é fotografada ao lado do presidente Lula, de Anielle Franco, ministra da Igualdade Racial, de Sonia Guajajara, ministra dos Povos Indígenas e de Tulio Gadêlha, deputado federal.

FIGURA 39 - PUBLICAÇÃO DE MARINA SILVA COM BERNIE SANDERS, POLÍTICO NORTE-AMERICANO



FONTE: Instagram de Marina Silva¹³⁴.

Destaca-se também o uso de 10 *reposts* ou publicações conjuntas na rede oficial da ministra, em que sua imagem é utilizada por outros políticos como forma de demonstrar autoridade, parabenizá-la por ações ou demonstrar a união do Ministério do Meio Ambiente com outros setores do governo, como o Ministério da Agricultura e o Ministério dos Povos Indígenas. Isso pode ser observado à luz de Charaudeau (2013), ao discorrer sobre o *ethos* de credibilidade. Dessa forma, ao analisar os 100 primeiros dias de publicações do Instagram oficial, a imagem projetada por Marina corresponderia primordialmente à tipologia

¹³⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoIUgnSuqEM/?img_index=1. Acesso em: 2 fev. 2024.

Profissional, com 58,23% das postagens apresentando características como a capacidade de gestão, boa administração, experiência, competências para a realização de trabalhos, reconhecimento e determinação.

Esses aspectos podem ser observados em uma publicação de Marina abordando seu encontro com John Kerry, enviado especial dos Estados Unidos para o clima. Nela, é ressaltada a atuação da ministra em um contexto institucional e diplomático com a visita de representantes de outros países e do próprio governo Lula, fazendo uso de uma linguagem técnica, como nos trechos: “participou nesta segunda-feira (27/2) de encontro reservado no Palácio do Itamaraty com o enviado especial dos EUA para o Clima, John Kerry” (Silva, 2023) e “Em seguida, todos participaram de uma reunião ampliada com delegações dos dois países” (Silva, 2023). Além disso, na foto abaixo, é possível observar o uso de roupas sociais de cores neutras, acessórios discretos e postura profissional.

FIGURA 40 - PUBLICAÇÃO DE MARINA SILVA AO LADO DE JOHN KERRY



FONTE: Instagram de Marina Silva¹³⁵.

Da mesma forma, o arquétipo Profissional se faz presente em publicações que buscam discutir ações para o meio ambiente, como o Fundo da Amazônia, demarcação do território indígenas, entre outros. Nas suas publicações, Marina reforça a necessidade dos programas sociais do governo Lula, sempre apoiando e enfatizando sua importância. Na imagem abaixo, podemos percebermos a predominância da tipologia ao enfatizar sua atuação frente às tragédias que ocorreram no litoral de São Paulo em 2023. Marina aparece centrada, séria, usando uma linguagem em terceira pessoa para falar do trabalho do governo federal na região atingida, ressaltado também na legenda utilizada:

¹³⁵ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpLpCv3uj0S/?img_index=1. Acesso em: 2 fev. 2024.

A ministra @marinasilvaoficial sobrevoou o litoral de SP com apoio do Exército e foi à região mais atingida pela catástrofe, a Barra do Sahy, em São Sebastião, acompanhada do governador @tarcisiogdf e do @prefeitofelipeaugusto. Governo federal, governo de São Paulo e prefeitura de São Sebastião vão trabalhar juntos para prevenir as consequências de chuvas extremas e salvar vidas. (Silva, 2023)¹³⁶

Na imagem, a ministra mostra seu trabalho, atenção e capacidade ao estar presente na região afetada pelas enchentes. Seu foco é trazer a gestão do Ministério do Meio Ambiente, colocando-se em terceira pessoa, indo além da figura individual de Marina Silva para reforçar sua posição como representante do governo.

A ministra do Meio Ambiente também salienta a volta do Ibama, instituto que havia sofrido diversos cortes orçamentais durante o governo Bolsonaro, resultando no maior patamar de devastação da Amazônia em 15 anos¹³⁷. “As multas e apreensões aumentaram em mais de 150% com a volta do Ibama a campo. E em abril vamos relançar o Plano de Prevenção e Controle do Desmatamento na Amazônia Legal, extinto em 2019. Precisamos mudar esta realidade” (Silva, 2023).

FIGURA 41 - PUBLICAÇÃO DE MARINA SILVA SOBREVOANDO LITORAL DE SÃO PAULO DURANTE TRAGÉDIA



FONTE: Instagram de Marina Silva¹³⁸.

Por sua vez, quando tratamos de publicações com denúncias de destruição do meio ambiente, como a retirada dos garimpos ilegais das terras Yanomani, situações de violências e falas sobre sua vida pessoal, observamos aspectos ligados à tipologia Guerreira, evidenciada

¹³⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpAnMthO3PO/>. Acesso em: 12 maio 2024.

¹³⁷ Disponível em: <https://infoamazonia.org/2022/10/25/bolsonaro-cortou-orcamento-do-ibama-icmbio-e-inpe-orgaos-chave-para-combate-ao-desmatamento/>. Acesso em: 12 maio 2024.

¹³⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpAnMthO3PO/>. Acesso em: 2 fev. 2023

em 31,06% das publicações da ministra. Em uma delas, Marina fala sobre o momento em que ela e sua família passavam fome, deixando mais vívida a forma como a insegurança alimentar é presente nas famílias brasileiras, trazendo à tona não apenas a escassez de comida, mas de segurança, saúde, educação e outros direitos essenciais.

Em 1968, no estado do Pará, eu, minha mãe, 7 filhos, meu pai, minha tia, meu avô e minha avó, vivemos uma situação de insegurança alimentar. Nós tínhamos muita macaxeira para comer e nós comíamos macaxeira cozida com pimenta malagueta, molho de pimenta malagueta e bebíamos da garapa de cana que a gente tirava lá da nossa roça, bebíamos caldo de cana com macaxeira. Para qualquer pessoa que olha, apenas tecnicamente, nós estávamos de bucho cheio. Mas nós estávamos passando fome, estávamos passando fome. Comer guelra de peixe assado, tripa de frango, juntando na beira do Rio com farinha. Isso é insegurança alimentar, mas é igualmente, passar fome e talvez tenha uma fome maior, que é a fome de justiça, a fome de respeito, a fome, de saúde, a fome, de educação, a fome, de sensibilidade e essa palavra que eu quero trazer aqui (Silva, 2023).¹³⁹

Ao abordar temas como este, Marina assume uma imagem Guerreira, rompendo com estereótipos de gênero tradicionais da mulher, estando à frente de decisões e se colocando como porta-voz de minorias brasileiras, principalmente quando relacionamos seu ativismo socioambiental e sua história de vida. Tais características aparecem na sua linguagem de denúncia, crítica e indignação, como também em suas expressões corporais e faciais ao elevar a mão e apontar com veemência ao público ouvinte, mantendo um tom sério e duro.

Essa postura pode ser percebida em trechos como: “eu, minha mãe, 7 filhos, meu pai, minha tia, meu avô e minha avó, vivemos uma situação de insegurança alimentar” (Silva, 2023) e “ talvez tenha uma fome maior, que é a fome de justiça, a fome de respeito, a fome, de saúde, a fome, de educação, a fome, de sensibilidade e essa palavra que eu quero trazer aqui” (Silva, 2023). Esses excertos evidenciam as três principais estratégias de geração de conexão entre os pares, como abordado por Luciana Panke (2016): identificação, projeção e empatia, citados anteriormente neste estudo. As três formas atuam para colocar a imagem da ministra de igual para igual com o seu público (identificação), na defesa de pautas e ênfase na liderança (projeção), e na capacidade de se expressar, comunicando emoção (empatia).

Seu perfil também é marcado pela capacidade de negociação, ao se apresentar com diversas lideranças políticas e sociais, como citado anteriormente e podemos observar na imagem abaixo. Tal característica é presente na subdivisão “líderes” da tipologia Guerreira, que corresponde às mulheres inspiradoras, protagonistas e que utilizam da arte da negociação e diplomacia para atingir seus objetivos, traços destacados em sua imagem. Como ressaltado

¹³⁹ Fonte: <https://www.instagram.com/reel/Cn5YNBWjdt/>. Acesso em: 10 maio 2024.

na figura 41 acima, Marina Silva aparece em posição de destaque, com toda a atenção voltada para si, suas roupas sérias e cabelo preso reforçam ainda mais o retrato da mulher líder.

FIGURA 42 - PUBLICAÇÃO DE MARINA SILVA EM PARTICIPAÇÃO NO FÓRUM SOCIAL MUNDIAL



FONTE: Instagram de Marina Silva¹⁴⁰.

Por conseguinte, o arquétipo Maternal é utilizado de forma pontual em apenas 11 postagens, nas quais a ministra presta solidariedade ao falecimento de Glória Maria, fala sobre seu estado de saúde e ressalta o sentimento de esperança ao falar sobre a trajetória de vida de Anielle Franco e a força que ela carrega por representar mulheres pretas e LGBTQIAP+. Essa tipologia destaca a suavidade e o uso das emoções como a empatia e o cuidado, colocando a ministra como uma figura que atua em prol do cuidado com a população. Exemplos dessas características podem ser observados em momentos como o abraço em seu amigo de longa data, acompanhado da fala “Foi uma alegria encontrar meu querido amigo @algore e reafirmar nossa parceria de longa data por um mundo mais justo e sustentável”¹⁴¹, ou na comemoração do aniversário de São Paulo, na qual ressalta seu apego, carinho e apreço pelo município:

São Paulo sempre soube acolher quem vem de fora... Trabalhadores, viajantes e estudantes. São Paulo sempre está pronta para abraçar novos rostos e novas culturas. Das ruas movimentadas do centro da cidade às aldeias indígenas no Jaraguá, há algo para todos aqui. São Paulo me acolheu. Através de seus sorrisos, seus apertos de mãos e suas palavras de carinho. Me acolheu como moradia de parte de minha família, me acolheu quando salvou minha saúde, me acolheu quando me deu a oportunidade de representá-los como deputada federal. Parabéns São Paulo, pelos seus 469 anos, e que você continue por muitos e muitos anos acolhendo aqueles que precisam do seu abraço. (Silva, 2023)¹⁴²

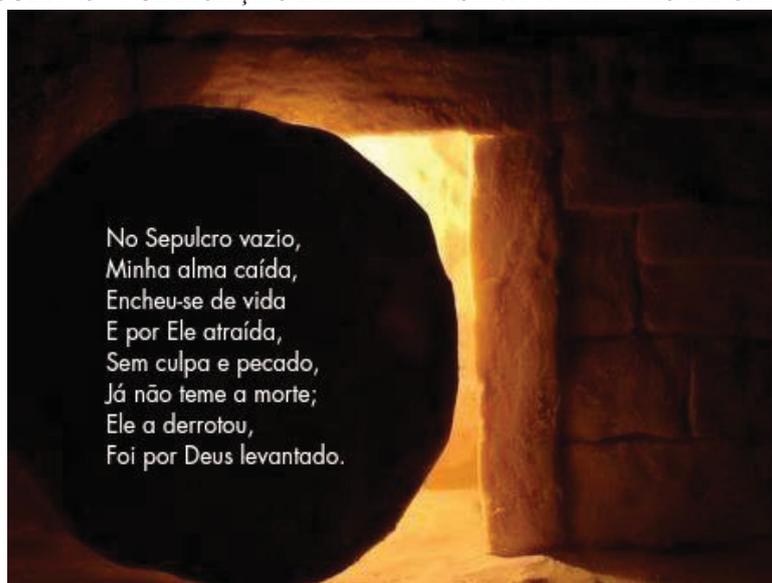
¹⁴⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cn7FeFRuNBR/?img_index=1. Acesso em: 2 fev. 2023.

¹⁴¹ Disponível em https://www.instagram.com/p/Cnk4ylMumw_/. Acesso em: 12 maio 2024.

¹⁴² Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cn2dca5Orhv/?img_index=7. Acesso em: 12 maio 2024.

Além disso, a tipologia Maternal também se manifesta quando observamos o uso da religiosidade em determinados momentos, seja agradecendo a Deus por mais um ano de vida ou pedindo orações às vítimas que foram atingidas pelo tiroteio em uma escola de Blumenau. O teor religioso também se faz presente em publicações sobre a Paixão de Cristo e em comemoração à Páscoa. Nessas ocasiões, como exposto abaixo, Marina recorre a passagens bíblicas, fala sobre Deus e faz uso de emojis de oração e terços. A religiosidade também se sobressai em algumas publicações de caráter Profissional, nas quais a ministra discorre sobre o período de recuperação ambiental e social que se inicia no país, mas pedindo pela “graça e benção de Deus”.

FIGURA 43 - PUBLICAÇÃO DE MARINA SILVA NA PAIXÃO DE CRISTO

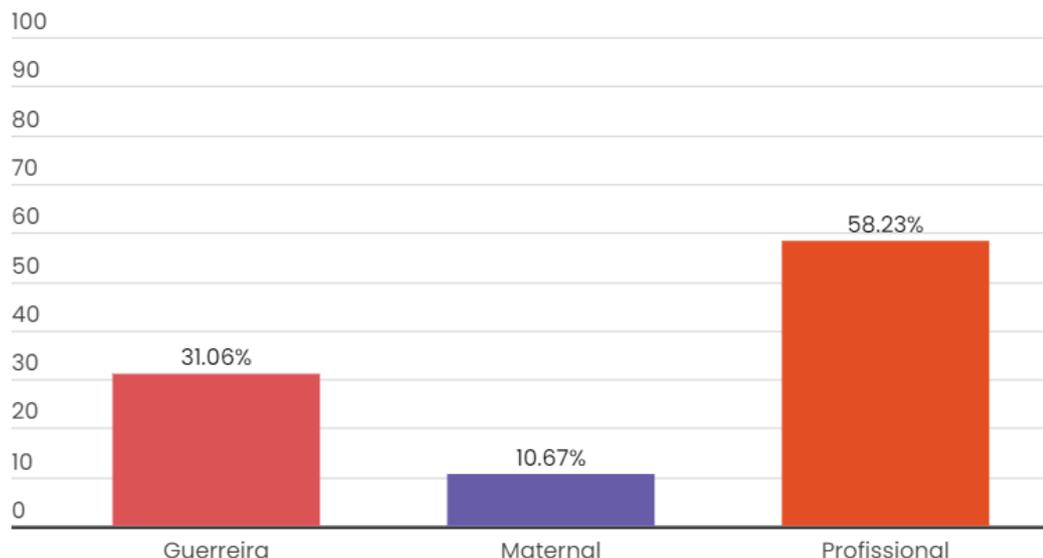


FONTE: Instagram de Marina Silva¹⁴³.

Dessa forma, no gráfico abaixo, é possível observar a presença das tipologias na imagem pública de Marina Silva, evidenciando os arquétipos Profissional e Guerreira na projeção de imagem da ministra do Meio Ambiente.

¹⁴³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cq1lftuucgv/>. Acesso em: 2 fev. 2023.

GRÁFICO 12 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR MARINA SILVA NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora, 2024.

Na tabela abaixo, observamos a linearidade do aparecimento dos arquétipos na imagem pública de Marina Silva durante os meses analisados. Apenas no mês de março percebemos o aumento da tipologia Guerreira, isso ocorre em decorrência de três principais fatores: o Dia da Mulher, os alagamentos que atingiram o Acre ao final do mês e a XXIV Marcha a Brasília em Defesa dos Municípios, em que Marina Silva destaca a luta pela igualdade política de gênero, evidenciando a disparidade em relação à imagem publicada pela ministra do Meio Ambiente (figura 43):

Esta foto da abertura da XXIV Marcha a Brasília em Defesa dos Municípios, dos Prefeitos, em que estive hoje, tem uma estatística por trás que merece atenção. Nas eleições municipais de 2020, foram eleitas 651 prefeitas, 12,1% do total e 4.750 prefeitos, correspondendo a 87,9%. No legislativo temos 9.196 vereadoras e 48.265, 16% e 84% respectivamente. Ainda não superamos a barreira dos 20% de mulheres no Executivo e Legislativo municipais e, no entanto, a contribuição das mulheres na política é muito importante, insubstituível e significa equidade na tomada de decisões sobre a vida social dos municípios e, de certa forma, isso vale também para os planos estadual e federal. Caminhemos (Silva, 2023).¹⁴⁴

TABELA 8 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	26,1%	4,76%	69%	42
Fevereiro	34,6%	15,3%	50%	26
Março	42,8%	7,14%	50%	28
Abril	---	42,8%	57,1%	7

FONTE: a autora, 2024.

¹⁴⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqWWZVeuFHw/>. Acesso em: 12 maio 2024.

FIGURA 44 - PUBLICAÇÃO DE MARINA SILVA DESTACANDO A DISPARIDADE DE GÊNERO



FONTE: Instagram de Marina Silva¹⁴⁵.

À vista disso, percebemos que Marina Silva mantém uma projeção de imagem linear e concreta, sem grandes variações além das destacadas nas análises trabalhadas neste subcapítulo. Assim, a ministra permanece apresentando características relacionadas à tipologia Profissional, apesar de também fazer uso de atributos que correspondem ao arquétipo Guerreira, como abordamos anteriormente.

4.3.9 Nísia Trindade - ministra da Saúde

Nísia Trindade Lima¹⁴⁶, nascida no Rio de Janeiro, tem 67 anos e uma longa carreira como pesquisadora e cientista. Formada em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Nísia possui mestrado em Ciência Política e doutorado em Sociologia pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (Iuperj - atual Iesp), tendo atuado como professora da rede estadual de ensino e, posteriormente, como professora da UERJ. Em 1987, ingressou na Casa Oswaldo Cruz (COC) como pesquisadora, atuando na unidade dedicada à pesquisa histórica e sociológica sobre as ciências da saúde “[...] como fundamentais para a reflexão crítica sobre a sociedade brasileira inseridas em uma, então

¹⁴⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqWWZVeuFHw/>. Acesso em: 2 fev. 2023

¹⁴⁶ Todas as informações sobre Nísia Trindade foram retiradas do site oficial da Fiocruz, do Gov.br e da Sociedade Brasileira de Sociologia. Disponível em:

<https://portal.fiocruz.br/nisia-trindade-de-lima>. Acesso em: 23 jan. 2025.

<https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/ministra/nisia-veronica-trindade-lima>. Acesso em: 23 jan. 2025.

<https://sbsociologia.com.br/project/nisia-trindade-lima/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

quase nonagenária, instituição de saúde pública e biomedicina”, de acordo com a Sociedade Brasileira de Sociologia (s.d.)¹⁴⁷.

Em 1998, Nísia Trindade tornou-se presidenta da unidade, participando da elaboração do Museu da Vida, premiado espaço de integração entre ciência, cultura e sociedade da instituição. Posteriormente, em 2011, assumiu a vice-presidência de Ensino, Informação e Comunicação da Fiocruz, coordenando a implantação de políticas de acesso aberto às produções científicas produzidas pela instituição. “Em 2017, tornou-se a primeira mulher e a primeira cientista social a assumir, eleita pelos trabalhadores da instituição, a Presidência da Fiocruz, a mais importante instituição de saúde pública da América Latina. Em 2021, foi reeleita e reconduzida para mais quatro anos de mandato” (Sociedade Brasileira de Sociologia, s.d.).

Com o avanço da pandemia de Covid-19, liderou e conduziu a Fiocruz no enfrentamento da emergência global, destacando-se ações como: criação de um centro hospitalar para Covid-19; organização de ações emergenciais para populações vulneráveis; cursos virtuais para capacitar profissionais do Sistema Único de Saúde (SUS) sobre o manejo clínico de pacientes contaminados; criação do Observatório Covid-19, que atuou no estabelecimento de uma rede de vigilância genômica e comunicação pública sobre a pandemia; criação do Biobanco Covid-19 (BC19-Fiocruz), plataforma de organização, armazenamento e uso de material biológico humano para futuras pesquisas, auxiliando na busca por rápidas respostas a emergências de saúde pública. Além disso, como presidenta da Fiocruz, coordenou o acordo de transferência tecnológica com a farmacêutica AstraZeneca, capacitando a fundação para produzir e distribuir mais de 180 milhões de doses de vacina até 2022, com produção totalmente nacional.

Além de um ator da Saúde Global, Nísia Trindade Lima se tornou uma das mais importantes faces públicas na comunicação pública da ciência e de defesa da vida da população e das medidas sanitárias baseadas em evidências científicas tais como o uso de máscaras e a vacinação, sempre reforçando o valor social da ciência no Brasil e a realização de ações que aproximem a ciência da sociedade mesmo em contexto adverso. [...] A trajetória de Nísia Trindade Lima mostra que a análise sociológica é, também, política pública (Sociedade Brasileira de Sociologia, s.d.).

Nísia Trindade também é pesquisadora de produtividade de nível superior, ligada à UERJ, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Com a eleição do presidente Lula em 2023, foi nomeada ministra da Saúde, sendo a primeira mulher a assumir a pasta desde sua criação, em 1953. Dessa forma, sua presença nas redes sociais tem

¹⁴⁷ Disponível em: <https://sbsociologia.com.br/project/nisia-trindade-lima/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

como foco demonstrar sua experiência profissional e atuação frente ao Ministério da Saúde, reforçando sua longa trajetória como pesquisadora da Fiocruz, e uma visão ampla sobre a relação histórica do país, a sociedade brasileira e as ciências da saúde. Assim, durante os 100 primeiros dias de governo, a ministra contabilizou 58 postagens, sendo 10 no formato *reels* e 48 estáticas, que compreendem carrosséis, fotos e informativos.

Suas publicações são marcadas pelo uso de linguagem técnica, com extensas legendas e a prioridade pelo uso de imagem que a mostram em ambientes oficiais, características ligadas à tipologia Profissional. Tais elementos podem ser analisados em uma postagem de Nísia apresentando a Dra. Margareth Dalcomo como uma das embaixadoras da vacinação no Brasil, no qual é retratada como uma figura de referência científica, reforçando a credibilidade da campanha. Além disso, também se destaca a atuação da ministra frente às políticas públicas de saúde, enfatizando a colaboração com especialistas, instituições renomadas e o compromisso com a saúde dos brasileiros por meio de ações coordenadas, como podemos observar em trechos como “O grande movimento nacional pela imunização começa no próximo dia 27 de fevereiro e estará ainda mais forte com sua presença” (Trindade, 2023).

FIGURA 45 - NÍSIA TRINDADE POSANDO AO LADO DE MARGARETH DALCOMO



FONTE: Instagram de Nísia Trindade¹⁴⁸.

¹⁴⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Covjx2MLYCc?img_index=1. Acesso em: 23 jan. 2025.

Da mesma forma, a tipologia pode ser analisada a partir da imagem de Nísia ao lado de Margareth, como podemos observar na imagem acima. Nela, a ministra faz uso de uma camisa de manga curta em tom azul, pequenos e discretos acessórios e um broche do Zé Gotinha, elementos que contribuem para a projeção de uma imagem profissional conectada ao Ministério da Saúde por meio do Zé Gotinha. Apesar disso, sua imagem é suavizada ao posar sorridente e abraçada à Margareth, transmitindo maior proximidade e “quebrando” a possível austeridade que poderia causar.

Ao participar do evento de reconstrução do Grupo Executivo do Complexo Econômico-Industrial da Saúde (CEIS), Nísia discursou sobre o compromisso interministerial em promover a soberania nacional, atendendo, por meio do complexo, a mais de 70% das necessidades do SUS em até 10 anos. A publicação¹⁴⁹ se destaca pela abordagem que evidencia a técnica, liderança e estratégia de Nísia na condução de ações para a reconstrução da saúde no país, como evidenciado em trechos como: “Será um grande desafio, mas uma grande honra coordenar ao lado do MDIC todo o esforço de 20 órgãos públicos e representantes da sociedade científica, sociedade civil, gestores do SUS, sindicatos e empresariado” (Trindade, 2023). A ministra também argumenta sobre a importância da soberania do Brasil em relação à saúde, discorrendo sobre os desafios enfrentados durante a pandemia de Covid-19 com a dependência da importação de insumos, desde tecnologias para a produção de vacinas até ventiladores pulmonares e máscaras, citando as milhares de vidas que poderiam ter sido salvas. Na imagem abaixo, observa-se Nísia na parte central da foto, acompanhada de diversos representantes do governo, reforçando sua imagem Profissional.

FIGURA 46 - NÍSIA TRINDADE POSANDO AO LADO DE DIVERSAS AUTORIDADES



FONTE: Instagram de Nísia Trindade¹⁵⁰.

¹⁴⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CqmV5T2OEng?img_index=1. Acesso em: 23 jan. 2025.

¹⁵⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CqmV5T2OEng?img_index=1. Acesso em: 23 jan. 2025

Da mesma forma, no dia 18 de março de 2023, Nísia participou do evento Projeto Humanidades na Saúde, recebendo o título de membro honorário da Sociedade de Medicina e Cirurgia do Estado do Rio de Janeiro (SMCRJ). Na publicação¹⁵¹, a ministra salienta a articulação da pasta com entidades médicas para o fortalecimento do SUS, sua gestão e contribuição acadêmica, com a entrega de uma palestra sobre a agenda da saúde para o Brasil. A partir disso, o *ethos* de autoridade (Charaudeau, 2013) manifesta por meio do reconhecimento institucional conferido à ministra com o título de membro honorário, evidenciando sua relevância técnica para o campo da saúde e comprometimento com a formulação de políticas públicas e propostas. A tipologia Profissional foi observada em 81% de suas publicações.

Por sua vez, quando passamos a analisar as características ligadas ao arquétipo Maternal, observamos a suavização da imagem projetada pela imagem da ministra da Saúde ao ressaltar aspectos emocionais, vínculos pessoais, proximidade com outras pessoas, expressão serena e alegre, além do uso de cores claras, rosadas e em tons pastéis. Em uma publicação, Nísia se reúne com o padre Júlio Lancellotti para idealizarem ações voltadas à população em situação de rua, como a implementação de consultórios de rua, buscando ampliar a possibilidade de acesso à saúde para todos.

FIGURA 47 - NÍSIA TRINDADE AO LADO DE PADRE JULIO LANCELOTTI



FONTE: Instagram de Nísia Trindade¹⁵².

¹⁵¹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CqArJirDF5?img_index=5. Acesso em: 25 jan. 2025.

¹⁵² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CoYSgTYpS4v>. Acesso em: 25 jan. 2025.

Júlio Lancellotti, pedagogo e padre da Igreja Católica, é pároco da Igreja São Miguel Arcanjo e reconhecido pelos seus trabalhos voluntários de distribuição de alimentos para a população em situação de rua em São Paulo, principalmente da região da Cracolândia. Assim, na publicação, a ministra da saúde evidencia a sensibilidade e atuação do pároco, demonstrando acolhimento, afetividade e o compromisso com os mais vulneráveis, como podemos notar no trecho “ele que resgata com tanta sensibilidade e firmeza o valor do humanismo”. Tais aspectos também são indicados na imagem acima, em que, abraçados, Julio aparece beijando a testa de Nísia Trindade, gesto que representa proteção e afeto.

FIGURA 48 - NÍSIA TRINDADE POSA AO LADO DE ZÉ GOTINHA



FONTE: Instagram de Nísia Trindade¹⁵³.

Em outro momento, durante a abertura do desfile das escolas de samba campeãs no Carnaval do Rio de Janeiro, o Ministério da Saúde realizou o lançamento da campanha Movimento Nacional pela Vacinação, em que Nísia Trindade, Margareth Dalcomo, Zé Gotinha e representantes da Fiocruz e do governo estadual e municipal do Rio de Janeiro desfilam no sambódromo. Na publicação, Nísia e Zé Gotinha posam para uma foto dando as mãos em sinal de parceria, trabalho conjunto e festividade, em que a figura popular do Zé Gotinha simboliza a proteção e proximidade com os brasileiros (figura 48). Da mesma forma, ao celebrar a campanha em meio ao Carnaval, é reforçada a conexão do público com o próprio governo e o cuidado de Nísia com a população, como podemos perceber nos trechos “A alegria encontrou o cuidado” (Trindade, 2023) e “Zé Gotinha, em mais uma alegoria na avenida, veio nos lembrar a alegria do cuidado” (Trindade, 2023).

¹⁵³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpJA_MTpxcz?img_index=1. Acesso em: 25 jan. 2025.

Além disso, a tipologia Maternal também se destacou durante a participação de Nísia Trindade em uma aula inaugural na Fiocruz. Na postagem, a ministra fala de maneira nostálgica e emocionada sobre sua carreira e dedicação ao instituto ao longo de 35 anos, resgatando memórias dos desafios já enfrentados, como a pandemia de Covid-19, e os que ainda precisam ser superados: “São as populações invisibilizadas, para as quais a democracia ainda não chegou. Saúde é democracia, inclusão e desenvolvimento. Isso eu aprendi na Fiocruz, que sempre foi para mim uma escola de pensar a saúde e a democracia, de pensar com liberdade e afeto” (Trindade, 2023).

Assim, percebemos o uso de um tom afetivo especialmente ao mencionar sua relação com a Fiocruz e a emoção do reencontro com colegas – recorrendo a expressões como “A história pessoal, institucional e a do país se confundem ali onde tanto vivi e aprendi” (Trindade, 2023) –, a valorização da comunidade acadêmica e a própria imagem da ministra sendo abraçada no evento (Nísia veste branco), como ilustrado na figura 49. Desse modo, a tipologia Maternal corresponde a apenas 8,2% das publicações da ministra da Saúde, sendo o arquétipo com a menor aparição em sua imagem pública.

FIGURA 49 - NÍSIA TRINDADE SENDO ABRAÇADA



FONTE: Instagram de Nísia Trindade¹⁵⁴.

Do mesmo modo, ao analisarmos a tipologia Guerreira, podemos perceber a baixa presença nas publicações da ministra durante o período estudado, presente em apenas 10,3% delas. Em umas das publicações, Nísia recebe representantes do Movimento Indígena da Bahia (MIBA), ouvindo relatos sobre a saúde e as violências sofridas pelos indígenas em

¹⁵⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpJA_MTpzc?img_index=1. Acesso em: 25 jan. 2025.

decorrência da luta por demarcação de terras no estado, com seis assassinatos ao longo de oito meses. Utilizando um tom de revolta e denúncia, a imagem projetada pela ministra reforça uma abordagem combativa e de mobilização, como percebemos no excerto “A escalada de violências contra populações indígenas nos últimos anos é inadmissível” (Trindade, 2023). Na imagem abaixo (figura 50), percebemos uma postura séria, observando a fala da deputada federal Célia Xakriabá.

FIGURA 50 - NÍSIA TRINDADE JUNTO DE REPRESENTANTES DO MIBA



FONTE: Instagram de Nísia Trindade¹⁵⁵.

A mesma postura se repete durante as comemorações do Dia Internacional da Mulher, no qual a ministra ressalta as ações do ministério e do governo para combater violências de gênero, possibilitar o maior acesso a uma saúde de qualidade para mulheres e a promoção da equidade de gênero. Apesar de citar os trabalhos, o tom assumido por Nísia reflete o comprometimento com a luta das mulheres e outras minorias, que encontram em sua atuação uma forma de iniciativa e comando.

¹⁵⁵ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoaGnPILyBQ?img_index=3. Acesso em: 25 jan. 2025.

FIGURA 51 - FRAME DE VÍDEO DE NÍSIA TRINDADE AO LADO DE MARIA ELIZABETH ROCHA



FONTE: Instagram de Nísia Trindade¹⁵⁶.

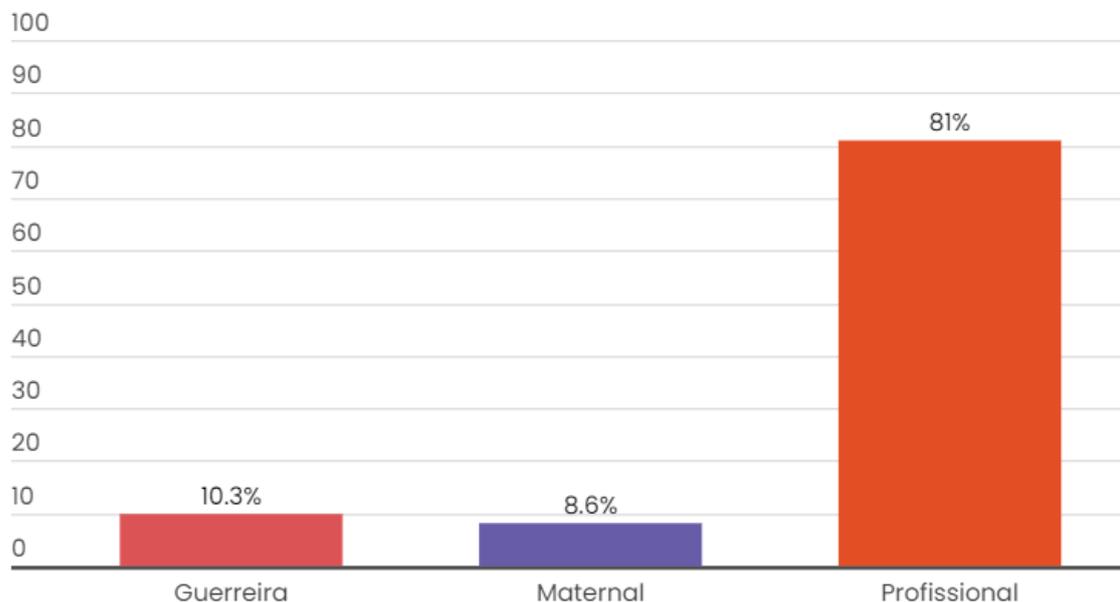
Da mesma forma, em outra publicação, Nísia se reúne com Maria Elizabeth Rocha e ressalta a participação feminina em cargos públicos, considerando que Maria foi a primeira e única mulher a ocupar o cargo de juíza do Supremo Tribunal Militar, como podemos observar acima. Além disso, também aborda o seu compromisso em defesa da equidade de gênero, evidenciado em frases como “[...] necessidade de que mais mulheres cheguem a essas posições” (Trindade, 2023), assumindo uma postura de luta e liderança. Assim, ao falar sobre Nísia Trindade, Maria Elizabeth Rocha coloca em destaque a atuação, força e liderança assumida pela ministra:

Uma satisfação imensa de conhecer uma mulher, uma cientista, uma ministra, uma mulher de ferro que quebrou um teto de vidro e que hoje exerce e pratica sororidade, estendendo a mão a outras mulheres que necessitam dela e que necessitam de nós como sociedade civil. É uma luta realmente pelo empoderamento feminino, por uma sociedade de iguais, uma sociedade fraterna, justa e razoável. E nesse sentido, nós mulheres temos esse compromisso e caminhamos sempre. Juntas, para que uma sociedade mais igualitária se construa no nosso país (Rocha, 2023).

No gráfico abaixo, podemos observar a distribuição das tipologias na projeção da imagem pública da ministra, com a predominância do arquétipo Profissional em 81% das postagens no período.

¹⁵⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoaGnPILyBQ?img_index=3. Acesso em: 25 jan. 2025.

GRÁFICO 13 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR NÍSIA TRINDADE NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2024).

Por conseguinte, na tabela seguinte podemos analisar a distribuição mês a mês da presença das tipologias na imagem de Nísia Trindade, em que percebemos uma maior constância no número de postagens durante o período analisado¹⁵⁷. Porém, é possível identificar uma flutuação entre a aparição dos arquétipos. Em janeiro, observamos apenas publicações ligadas à tipologia Profissional em decorrência da apresentação de novas lideranças para cargos do Ministério da Saúde, reuniões iniciais com representantes do governo e instituições, novas campanhas da pasta e as ações emergenciais realizadas pelo SUS com o povo Yanomami.

TABELA 9 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	---	---	100%	19
Fevereiro	6,2%	12,5%	81,2%	16
Março	31,5%	6,2%	62,5%	16
Abril	---	28,5%	71,4%	7

FONTE: a autora, 2024.

Já no mês de fevereiro as tipologias aparecem de forma semelhante à média geral. Porém, durante o mês de março, é possível observar o destaque ao arquétipo Guerreira, com a

¹⁵⁷ Abril apresenta um menor número de postagens em virtude do período de análise compreender o intervalo de 1º de janeiro de 2023 a 10 de abril de 2023, como citado anteriormente na metodologia.

diminuição das tipologias Maternal e Profissional, em virtude das comemorações e eventos do Mês da Mulher. Nessas publicações, Nísia enfatiza a luta por direitos das mulheres, a equidade entre gêneros e a importância da participação de mulheres em ambientes de liderança, sendo a própria ministra a primeira mulher a ocupar tal posição no Ministério da Saúde.

Por fim, em abril, por apresentar um menor número de postagens (sete no período de dez dias), acaba indicando um maior percentual da tipologia Maternal. Nas duas postagens categorizadas no arquétipo, a primeira se refere a aula inaugural que Nísia ministrou na Fiocruz, mencionada anteriormente, enquanto a segunda aborda o ataque ocorrido a uma creche em Blumenau-SC¹⁵⁸. Na publicação, Nísia fala sobre a tragédia com empatia e acolhimento às vítimas e suas famílias, como indicado nos trechos “Nossos mais profundos sentimentos às famílias das vítimas, ninguém deveria passar pela dor de perder seus filhos e entes queridos dessa forma” e “é urgente que cuidemos da saúde mental de nossos jovens, e daremos toda a atenção necessária a isso”, demonstrando sensibilidade e preocupação diante da tragédia, adotando um tom cuidadoso.

4.3.10 Simone Tebet - ministra do Planejamento e Orçamento

Nascida em Três Lagoas, Mato Grosso do Sul, Simone Tebet é formada em Direito pela UFRJ, foi professora universitária de Direito Público e Administrativo, atividade que exerceu durante 12 anos em diferentes instituições. Foi eleita deputada estadual pelo MS em 2004 e, posteriormente, elegeu-se como a primeira mulher prefeita de Três Lagoas, sendo reeleita em 2008 com 76% dos votos válidos, cargo que seu pai já havia ocupado anos antes, segundo o site oficial da ministra¹⁵⁹.

Já no Senado Federal, Tebet liderou a primeira bancada feminina da história e se tornou presidente da primeira “Comissão Mista de Combate à Violência contra a Mulher. Foi também a primeira mulher a presidir a Comissão de Constituição e Justiça, e a primeira mulher a disputar a presidência do Senado em 198 anos.” (TEBET, 2022). Na corrida presidencial de 2022, concorreu pelo MDB à presidência da república, recebendo 4.915.423 votos e ficando em terceiro lugar. Devido ao seu apoio ao presidente Lula no segundo turno das eleições de 2022, Tebet se tornou uma aliada do governo e uma das opções de chefia,

¹⁵⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cqq7ZDNppUm>. Acesso em: 26 jan. 2025.

¹⁵⁹ Todas as informações pessoais de Simone Tebet foram retiradas do seu site oficial, utilizado na campanha eleitoral de 2022: <https://simonetebet.com.br/quem-e/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

primeiramente para o Ministério do Desenvolvimento Social, de acordo com matéria da *CNN* (2023)¹⁶⁰, assumindo por fim o Ministério do Planejamento e Orçamento, pasta responsável pela revisão do orçamento público federal, avaliação das políticas públicas e definição de longo prazo para alocação dos recursos federais.

Tebet destaca frequentemente o fato de ser a primeira mulher a assumir determinados cargos políticos, tanto em trechos analisados nesta presente pesquisa, como em sua campanha eleitoral: foi a primeira mulher a ser eleita e reeleita como prefeita de Três Lagoas-MS, a primeira mulher vice-governadora de Mato Grosso do Sul, liderou a primeira bancada feminina da história do Senado Federal, foi a primeira mulher a presidir a Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) e, por fim, a primeira mulher a disputar a presidência do Senado em 198 anos¹⁶¹.

Durante os 100 primeiros dias de governo, a ministra do Planejamento e Orçamento contabilizou 85 postagens, sendo 24 *reels* e 61 estáticas, entre carrosséis, fotos e informativos. Grande parte de suas postagens trata de assuntos informativos do ministério que chefia, sua responsabilidade enquanto ministra e o papel de mudar a política e prioridades do governo, “Pensando no futuro escola de qualidade, ciência e tecnologia, esporte e cultura para as nossas crianças e jovens, agora hoje e sempre meio ambiente e sustentabilidade. Vai fazer parte de cada uma das pastas de cada item do orçamento” (Tebet, 2023)¹⁶².

O alto volume de conteúdos informativos pode estar relacionado à criação tardia do Instagram oficial do Ministério do Planejamento e Orçamento, que só foi lançado em 12 de abril de 2023¹⁶³, após os 100 primeiros dias de governo. Assim, a conta da ministra também passou a informar à população sobre as ações realizadas pelo órgão, como reuniões oficiais, viagens, participação em eventos, entre outros, trazendo, da mesma forma como ocorre na imagem de Marina Silva, a presença do *ethos* de credibilidade (Charaudeau, 2013).

Dessa forma, ao analisar os 100 primeiros dias de publicações do Instagram oficial, a imagem projetada por Tebet corresponde primordialmente à tipologia Profissional, com 78,80% das postagens apresentando características como a capacidade de gestão, boa administração, competências para a realização de trabalhos, reconhecimento e determinação. Isso pode ser observado na figura abaixo, em que Tebet posa ao lado de outros representantes do governo Lula. De acordo com Panke (2016), essa tipologia demonstra a mulher que possui

¹⁶⁰ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/simone-tebet-assume-ministerio-do-planejamento-nesta-quinta-5-saiba-mais/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

¹⁶¹ Disponível em: <https://simonetebet.com.br/quem-e/>. Acesso em: 17 jul. 2024.

¹⁶² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnCtbyhAUvc/>. Acesso em 6 mar. 2024.

¹⁶³ Link da primeira postagem do Ministério do Planejamento e Orçamento: <https://www.instagram.com/p/Cq8IMEdJL2Q/>. Acesso em: 7 mar. 2024.

“[...] capacidade e a energia de realizar tarefas necessárias no governo. [...] São as mulheres que se mostram como incansáveis” (Panke, 2016, p. 153).

FIGURA 52 - PUBLICAÇÃO DE SIMONE TEBET EM REUNIÃO INTERMINISTERIAL



FONTE: Instagram de Simone Tebet¹⁶⁴.

Tebet, portanto, utiliza grande parte de suas postagens para manter sua imagem alinhada com a de sua campanha eleitoral, como discutido por Quevedo e Diduch (2023), mantendo o foco em seu sucesso profissional. Um dos maiores exemplos é a publicação conjunta com o perfil da *Revista Cláudia*, feita no dia 8 de março de 2023, em homenagem ao Dia da Mulher, conforme ilustrado abaixo (figura 53).

FIGURA 53 - PUBLICAÇÃO DE TEBET COMO CAPA DA REVISTA CLAUDIA NO MÊS DA MULHER



FONTE: Instagram de Simone Tebet¹⁶⁵.

¹⁶⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CpYrC_TpeGI/?img_index=7. Acesso em: 2 fev. 2023.

¹⁶⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpiEjB2N0kP/>. Acesso em: 24 de set. 2023.

Nela, Simone Tebet aparece na capa da revista, contando com uma entrevista especial sobre sua trajetória política e profissional, remetendo novamente ao fato de ser a primeira mulher que assumiu determinadas posições de poder no país. De acordo com a análise realizada pelas autoras, Tebet priorizou, em sua comunicação eleitoral, a apresentação de sua imagem ao eleitorado, ressaltando seu caráter, sua qualidade como administradora e profissional (Quevedo; Diduch, 2023). Mesmo ao citar seus filhos ou marido, essa abordagem se repete em sua imagem projetada no perfil oficial do Instagram.

FIGURA 54 - SIMONE TEBET POSA AO LADO DE SEU MARIDO



FONTE: Instagram de Simone Tebet¹⁶⁶.

Ainda, outros casos do uso da tipologia Maternal ocorrem em momentos de falecimento de figuras públicas, como no caso da morte de Caruso, em dia 4 de março de 2023. Na ocasião, a ministra relembra momentos de convivência com o artista, o carinho que sente por ele e nas obras que guarda com muito afeto. No excerto “A indignação, alegria ou tristeza registrados, agora entram pra história. Guardo seus cartoons com carinho” (Tebet, 2023), evidencia sentimentos de pesar, proximidade e apreço pelo legado do artista. Destaca também a importância emocional do trabalho de Caruso ao falar sobre sua capacidade de retratar sentimentos que ressoam com o público, como indignação, alegria e tristeza, demonstrado no trecho acima. Na imagem seguinte, Simone Tebet relembra seu encontro com o artista, observando suas obras.

¹⁶⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CncV0wXuve2/>. Acesso em: 24 set. 2023.

FIGURA 55 - FOTO DE SIMONE TEBET AO LADO DE CARUSO



FONTE: Instagram de Simone Tebet¹⁶⁷.

A tipologia Maternal também está presente em postagens de comemoração ao seu aniversário e em agradecimento aos presentes recebidos em seu gabinete, falando “Sextou com S de Simone e alguns dos presentes que ganhei de aniversário. Mas meu melhor presente de aniversário é que vocês, meninos e meninas, cresçam fortes, determinados e que não desistam nunca dos seus sonhos. Obrigada pelo carinho!” (Tebet, 2023)¹⁶⁸. Na publicação, Tebet utiliza um tom acolhedor, expressando cuidado, incentivo e desejo de proteção, características marcantes do arquétipo. Assim, a tipologia Maternal corresponde a 14,11% das postagens analisadas, sendo a segunda mais utilizada.

Por fim, a tipologia Guerreira é a com menor presença, refletindo em apenas 7,05% de sua imagem projetada e sendo empregada em momentos de denúncia e pautas de violência. Um dos casos que destacamos é sua postagem em repúdio ao caso do anestesista acusado de estuprar pacientes sedadas durante cirurgias, além de gravar e armazenar o conteúdo, como destacado na imagem abaixo.

¹⁶⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CncV0wXuue2/>. Acesso em: 24 set. 2023.

¹⁶⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpDH7TgO3lw/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

FIGURA 56 - PUBLICAÇÃO DE SIMONE TEBET FALANDO SOBRE VIOLÊNCIA SEXUAL



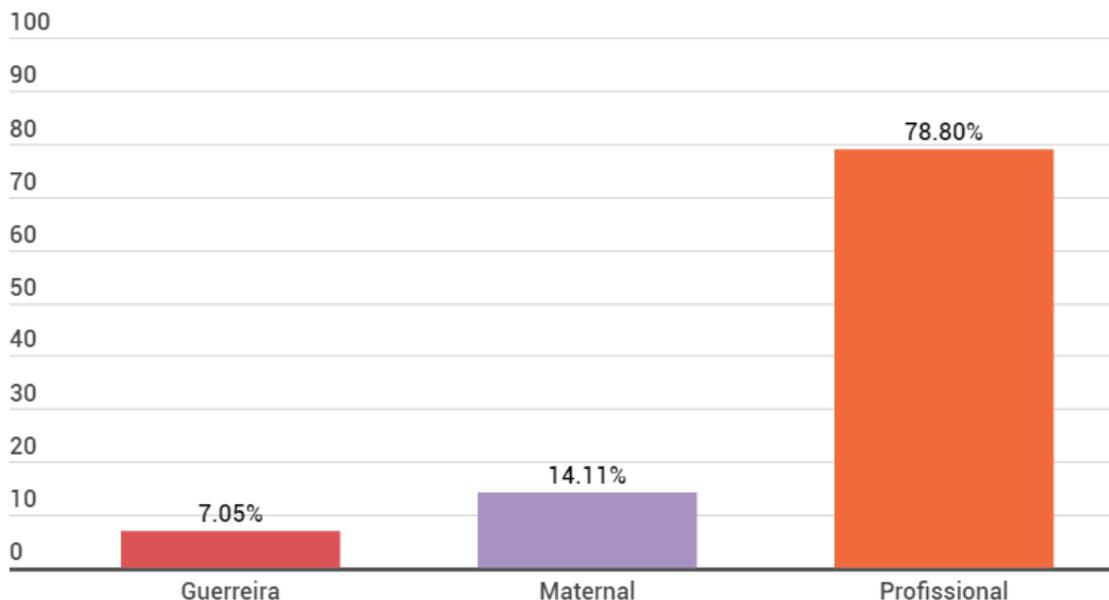
FONTE: Instagram de Simone Tebet¹⁶⁹.

Na publicação, Tebet demonstra um tom de indignação, urgência e de combate à violência ao mencionar sua atuação no Senado, tendo apresentado projetos de lei para o aumento de penas em casos de estupro de vulnerável e abuso sexual, que revela a luta da ministra contra crimes como esses. Trechos como “Mais um caso repugnante de violência sexual contra mulheres” (Tebet, 2023) e “Punição severa aos agressores! Minha solidariedade às vítimas neste momento difícil” (Tebet, 2023) evidenciam a postura Guerreira e reforçam uma imagem combativa.

Da mesma forma, a tipologia Guerreira também se manifesta em outras publicações que pautam a violência contra a mulher, na qual a ministra se coloca contra tais crimes e incentiva com que mulheres denunciem seus agressores. Igualmente, Tebet também apresenta uma maior postura guerreira ao falar sobre a lei de igualdade salarial entre homens e mulheres, citando novamente sua posição como a primeira mulher em determinados cargos políticos: “[...] quando nós mulheres chegamos pela primeira vez no espaço público, isso não nos traz um sentimento de orgulho. Nos traz um sentimento de indignação [...]” (Tebet, 2023). No gráfico abaixo é possível observar a presença das tipologias na imagem pública da ministra.

¹⁶⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CnfVZKtJ_DY/. Acesso em: 24 set. 2023.

GRÁFICO 14 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR SIMONE TEBET NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora, 2024.

Quando analisamos a presença de cada tipologia ao longo dos três meses e 10 dias, notamos uma distribuição que foge da média geral analisada nos meses de janeiro e março. Nesse caso, em janeiro, percebemos o crescimento da tipologia maternal justamente por ser no período em que Simone Tebet se apresenta como ministra da República, suavizando sua imagem nas primeiras postagens, ressaltando que irá trabalhar com amor e coragem para reconstruir o país. Também é nesse período que a ministra comemora e relembra sobre seu período de oito anos de trabalho no Senado Federal, com afeto e emoção, além de festejar seu aniversário no dia 22 de fevereiro, como citamos anteriormente.

TABELA 10 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	3,84%	26,9%	69,2%	26
Fevereiro	---	13%	86,9%	23
Março	16,6%	3,30%	80%	30
Abril	---	16,6%	83,3%	6

FONTE: a autora, 2024.

Já em março, há o crescimento da tipologia Guerreira justamente por ser conhecido como o “mês das mulheres”, em que se relembra e comemora o Dia da Mulher. Nesse período, houve publicações acerca do Prêmio Mulheres Exponenciais, da capa da *Revista Cláudia* (exposta acima), do evento com todas as ministras do governo federal, como também

de casos de assédio e violência contra a mulher. Esses conteúdos contribuíram para o aumento da tipologia em questão, como podemos observar na tabela acima.

4.3.11 Sonia Guajajara - ministra dos Povos Indígenas

Sonia Bone de Sousa Silva Santos¹⁷⁰, mais conhecida como Sonia Guajajara, tem 50 anos e uma longa trajetória na defesa dos povos indígenas. Nascida no Maranhão, na terra indígena de Araribóia, do povo Guajajara, é mãe de três filhos e trabalhadora desde seus 10 anos como doméstica e cuidadora de crianças. Saiu de sua terra natal para cursar o ensino fundamental na cidade de Amarante, no Sul do Maranhão. Com 15 anos, a convite da FUNAI, mudou para Esmeraldas, Minas Gerais, para cursar o ensino médio e magistério, voltando para sua terra apenas em 1992, trabalhando “[...] nas aldeias no projeto de Monitoria de Educação e Saúde, dando aulas sobre os prejuízos do álcool, medidas preventivas de saúde, DST’S, drogas e outros assuntos relevantes, além de atuar como professora municipal em Campo Formoso” (Campanha de Mulher, 2019).

Posteriormente, formou-se em Enfermagem na Universidade Estadual do Maranhão enquanto atuava como professora da rede municipal de ensino. Em seguida, ingressou novamente no ensino superior, graduando-se em Letras e pós-graduando em Ensino Especial pela mesma instituição. Em 2001, Sonia iniciou seu envolvimento na defesa dos direitos dos povos indígenas, fazendo parte da Coordenação das Articulações dos Povos Indígenas do Maranhão (Coapima), deixando a instituição para se tornar vice-coordenadora da Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (Coiab) em 2009.

Já em 2013, passou a integrar a coordenação executiva da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB), onde desenvolveu uma série de agendas na luta pelos direitos indígenas no Congresso Nacional, tornando-se uma das principais lideranças contra projetos que ameaçam os povos indígenas brasileiros. Um exemplo marcante de sua atuação foi quando entregou, em 2010, o prêmio Serra de Ouro para a então ministra da agricultura Kátia Abreu, em protesto contra as alterações do Código Florestal.

¹⁷⁰ Todas as informações sobre Sonia Guajajara foram retiradas do site oficial do Gov.br, APIB Oficial, Campanha de Mulher e G1. Disponível em:

<https://www.gov.br/povosindigenas/pt-br/composicao/ministra>. Acesso em: 10 fev. 2025.

<https://apiboficial.org/2021/10/31/sonia-guajajara/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

<https://campanhademulher.org/sonia-guajajara/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

<https://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2022/05/23/quem-e-sonia-guajajara-a-maranhense-que-entrou-na-lista-das-100-pessoas-mais-influentes-da-revista-time.ghtml>. Acesso em: 10 fev. 2025.

Sonia Guajajara se tornou, em 2018, a primeira indígena a compor uma chapa presidencial ao lado de Guilherme Boulos, ambos concorrendo pelo PSOL, buscando a articulação e protagonismo feminino indígena. Na mesma época, criou a Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade (ANMIGA). No ano seguinte, “[...] recebeu da Organização Movimento Humanos Direitos o Prêmio João Canuto pelos Direitos Humanos da Amazônia e da Liberdade e ainda em 2019 recebeu o prêmio Packard” (APIB, 2021), concedido pela Comissão Mundial de áreas protegidas pela União Internacional para Conservação da Natureza (UICN). Além disso, também foi eleita em 2022 pela *Revista Time* uma das 100 pessoas mais influentes do mundo, colocando em evidência sua luta em defesa dos povos indígenas.

Sônia é reconhecida internacionalmente, por causa das dezenas de denúncias que já fez na Organização das Nações Unidas (ONU), no Parlamento Europeu e nas Conferências Mundiais do Clima (COP), de 2009 a 2021, sobre violações de direitos indígenas. A maranhense já viajou mais de 30 países do mundo na luta pelos seus ideais. Com uma grande trajetória de ativismo ela entrou para a lista das 100 pessoas mais influentes do mundo, feita pela Revista Time (G1, 2022)¹⁷¹.

Em 2022, Sonia foi eleita deputada federal pelo PSOL para o mandato 2023-2027, licenciando-se para assumir o primeiro Ministério dos Povos Indígenas, criado em 2023 com a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva, tornando-se a primeira mulher indígena a assumir um cargo no alto escalão do Executivo brasileiro. Durante o período de análise desta pesquisa, Sonia contabilizou 302 postagens, sendo 74 no formato *reels* e 228 estáticas, que correspondem a carrosséis, fotos e informativos compartilhados, sendo a ministra com o maior número de publicações no período de 100 dias.

Justamente pela sua longa trajetória envolvendo a luta pelos direitos dos povos indígenas e a sua cultura do povo Guajajara, as publicações classificadas como Guerreira são focadas em tratar de ações, projetos e a defesa de pautas que convergem com a manutenção dos costumes, terras e direitos dos povos originários, assim como transmite resistência ao tratar de assuntos que envolvem outras minorias sociais, como a população negra, LGBTQIAP+, mulheres e crianças. Os costumes indígenas também ganham espaço no Instagram de Sonia, que apresenta em diversos momentos danças, cantos e artesanatos do seu povo, seja no seu dia a dia ou dentro do congresso.

¹⁷¹ Disponível em:

<https://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2022/05/23/quem-e-sonia-guajajara-a-maranhense-que-entrou-na-lista-das-100-pessoas-mais-influentes-da-revista-time.ghtml>. Acesso em: 10 fev. 2025

A cultura e a ancestralidade se fazem presentes na imagem pública da ministra de forma a realçar suas origens e lutas, como quando assumiu o Ministério dos Povos Indígenas após os ataques ao Palácio do Planalto no 8 de janeiro de 2023, fazendo com que o evento fosse adiado. Na publicação, Sonia Guajajara aparece em meio ao seu povo, com a mão em riste empunhando um maracá – um dos instrumentos musicais indígenas mais conhecidos –, e usando um cocar, além de inúmeros acessórios que remetem à sua ancestralidade, como podemos ver na imagem abaixo, pertencentes à tipologia Guerreira.

FIGURA 57 - FOTO DE SONIA DURANTE A POSSE MINISTERIAL



FONTE: Instagram de Sonia Guajajara¹⁷².

O texto de apoio da postagem apresenta um poema de Eva Potiguara dedicado a Sonia, ressaltando a força, a potência e o simbolismo de uma mulher indígena ocupando a posição de ministra, alinhando-se à tipologia Guerreira. No poema, Potiguara se refere a Sonia como “Kunhã escolhida”, destacando-a como uma líder fortalecida que representa seu povo, assumindo um papel de guia e proteção ancestral característico desse arquétipo. Dessa forma, a ministra transcende sua individualidade e incorpora uma aldeia, uma marcha e uma voz coletiva de união e resistência, como evidenciado no trecho: “Ela agora não é uma mulher apenas. Uma kunhã, uma voz, um coração...Ela é aldeia, marcha em asfalto de mãos dadas, ela é flora e fauna em primaveras, ela é a Sônia, o Sonho real, a voz indígena ancestral!” (Potiguara, 2023)¹⁷³.

A mesma força e ancestralidade se fazem presentes durante a posse como deputada federal de Sonia Guajajara e Célia Xakriabá no congresso nacional. Posando em frente ao prédio, as políticas se apresentam de mãos dadas e erguidas, representando não apenas a união

¹⁷² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CncnFdyv9qF>. Acesso em: 10 fev. 2025.

¹⁷³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CncnFdyv9qF>. Acesso em: 10 fev. 2025.

da Bancada do Cocar – nome dado ao grupo de pessoas indígenas que integram o congresso –, mas a resistência e a conquista de espaços de decisão, aspectos centrais do arquétipo Guerreira. Essas mesmas características também são destacadas em excertos como: “não chegamos sozinhas, somos milhares, somos milhões” (Guajajara, 2023) e “Representamos a força e a luta pela Mãe Terra! Seguimos aldeando a política, ocupando diversos espaços de tomadas de decisão, para aumentar a proteção e força da população indígena” (Guajajara, 2023), que projetam uma imagem de conquista política, mudança e guardiã¹⁷⁴.

FIGURA 58 - FOTO DE SONIA GUAJAJARA AO LADO DE CÉLIA XAKRIABÁ



FONTE: Instagram de Sonia Guajajara¹⁷⁵.

A luta pelos povos indígenas e a posição de liderança ocupada por Sonia também se sobressaem ao abordar a crise humanitária do território Yanomami, tema de 56 publicações no período estudado. Segundo o Greenpeace (2025)¹⁷⁶, a situação vivenciada pelos indígenas resultou de uma combinação de fatores: o avanço do garimpo ilegal, negligência do governo e colapso de políticas públicas, registrando 363 mortes até dezembro de 2023, ocasionadas principalmente por desnutrição e malária. Além disso, a violência de garimpeiros assolou o território com alvo principalmente em mulheres e meninas, com denúncias que apontam mais de 30 meninas e adolescentes yanomami grávidas por abusos cometidos por garimpeiros (Agência Brasil, 2023)¹⁷⁷.

¹⁷⁴ No caso de Sonia Guajajara, seu papel de guardiã e protetora não se enquadra na tipologia Maternal, pois está ligado à força da cultura indígena, que a posiciona como uma “guerreira protetora” na defesa de seu povo. Sua atuação está associada à luta e resistência, e não à proteção baseada no afeto e no cuidado.

¹⁷⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Co1FCSvAaYH>. Acesso em: 6 fev. 2025.

¹⁷⁶ Disponível em:

<https://www.greenpeace.org/brasil/blog/dois-anos-da-crise-yanomami-uma-emergencia-que-nao-pode-ser-esquecida/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

¹⁷⁷ Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2023-02/relatos-apontam-30-casos-de-jovens-yanomami-gravidas-de-garimpeiros>. Acesso em: 10 fev. 2025.

As publicações de Sonia sobre o caso projetam as tipologias Guerreira e Profissional em diferentes momentos. Os aspectos relacionados com a primeira tipologia aparecem, por exemplo, quando a ministra visita o território Yanomami em uma comitiva do governo, com autoridades como o presidente Lula e a ministra da Saúde, Nísia Trindade. A tipologia Guerreira se manifesta na forte denúncia de um cenário de injustiça e na reivindicação por ação e mudança, à medida que o tom utilizado no texto é de confronto, resistência e luta contra um inimigo em comum: o garimpo ilegal e a negligência do governo anterior, apontado como um dos grandes responsáveis pelo genocídio Yanomami.

FIGURA 59 - COMITIVA DE GOVERNO EM VISITA AO TERRITÓRIO YANOMAMI



Fonte: Instagram de Sonia Guajajara¹⁷⁸.

A ênfase na resistência e na luta por direitos se fazem presentes também na imagem da ministra, que acompanha a comunidade com cartazes pedindo “fora garimpo”, como podemos observar acima. A narrativa utilizada por Sonia, então, destaca o sofrimento dos indivíduos e a necessidade de proteção, presente em trechos como: “Mais que uma crise humanitária, o que vi em Roraima foi um genocídio. Um crime premeditado contra os Yanomami, cometido por um governo insensível ao sofrimento do povo brasileiro” (Guajajara, 2023) e “Por isso, quero repetir o que disse durante a campanha eleitoral, e dizer novamente agora ainda com mais convicção: Não haverá garimpo ilegal em terra indígena” (Guajajara, 2023).

Dessa forma, a ministra se apoia em perspectivas ligadas ao *ethos* de identificação, visto que combina caráter, corporalidade, comportamento, declarações e imaginários sociais (Charaudeau, 2013) para a projeção de uma imagem forte, que atua no rompimento de barreiras impostas aos povos originários, auxiliando também na construção de uma posição de

¹⁷⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Co1FCSvAaYH>. Acesso em: 6 fev. 2025.

representante e porta-voz dessas pessoas. Assim, a tipologia Guerreira se faz presente em 23,8% das postagens analisadas no período, sendo a segunda mais empregada pela ministra.

Como abordamos anteriormente, os aspectos profissionais também são evidenciados nas publicações que pautam a situação emergencial no território Yanomami. Nesses casos, Sonia discorre sobre as ações, projetos e demais trabalhos realizados pelo governo em conjunto com o Ministério dos Povos Indígenas, Ministério da Saúde e órgãos como a Funai, restituído com a eleição de Lula. Por exemplo, ao visitar sozinha o território Yanomami, a ministra fala sobre a atuação e acompanhamento do trabalho realizado na comunidade, buscando soluções concretas para a crise, como exposto na imagem abaixo.

FIGURA 60 - SONIA GUAJAJARA EM VISITA AO TERRITÓRIO YANOMAMI



FONTE: Instagram de Sonia Guajajara¹⁷⁹.

Além disso, Sonia faz uso de um tom informativo e alarmante ao destacar a necessidade de que as ações sejam realizadas com urgência, ressaltando aspectos como articulação política, gestão e profissionalismo para coordenar a situação. Assim, a tipologia Profissional se destaca na imagem pública da ministra pela ênfase na atuação institucional, no acompanhamento do trabalho ministerial e na busca por soluções concretas para a crise Yanomami, focando na gestão da situação e no compromisso com a resolução do problema, como citamos anteriormente.

Outro momento em que essas mesmas características se manifestam ocorre na primeira visita de Sonia Guajajara ao Maranhão, seu estado natal. Durante a viagem, ela se reuniu com importantes movimentos indígenas, como Coapima, Amima, Coiab e APIB, reafirmando seu compromisso com a defesa dos direitos dos povos originários e a luta pela

¹⁷⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoTDfd_v2MA?img_index=1. Acesso em: 6 fev. 2025.

proteção territorial. A publicação destaca o engajamento de Guajajara em ações e projetos interinstitucionais, ressaltando a importância da cooperação entre diferentes órgãos para a construção de políticas públicas eficazes.

FIGURA 61 - SONIA GUAJAJARA AO LADO DE FELIPE CAMARÃO



Fonte: Instagram de Sonia Guajajara¹⁸⁰.

Além disso, a imagem que acompanha a postagem reforça a tipologia Profissional ao mostrar Sonia ao lado de Felipe Camarão, vice-governador do Maranhão, segurando uma camiseta com a bandeira do estado, como podemos observar na imagem acima. Esse gesto simboliza não apenas o alinhamento político e institucional entre os representantes, mas também a valorização da identidade e da cultura maranhense. A escolha desse elemento visual reforça o tom institucional da publicação, evidenciando a atuação estratégica da ministra na articulação entre governo e movimentos indígenas.

A tipologia também se torna evidente quando Sonia é homenageada pelo Tribunal Superior do Trabalho (TST) no Mês da Mulher, por meio do projeto “Gente que Inspira”, que reconhece seu trabalho, trajetória e atuação à frente do Ministério dos Povos Indígenas. A ministra foi uma das responsáveis pela criação institucional e legislativa da pasta no novo governo, demonstrando, em diversos momentos, sua dedicação e o esforço exaustivo para que o ministério se concretizasse.

¹⁸⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CohwBZ7OEoR?img_index=1. Acesso em: 10 fev. 2025.

FIGURA 62 - SONIA GUAJAJARA AO LADO DE ROSA WEBER E CREUZA MARIA DE OLIVEIRA



FONTE: Instagram de Sonia Guajajara¹⁸¹.

Assim, Guajajara posa ao lado de Rosa Weber, à época presidente do Supremo Tribunal Federal, e de Creuza Maria de Oliveira, presidente de honra da Federação Nacional das Trabalhadoras Domésticas, vestindo uma roupa formal que, ao mesmo tempo, carrega traços de sua identidade indígena, como podemos observar na figura 62. Essa característica está em todas as suas aparições públicas, refletida nas peças de vestuário, joias e acessórios que escolhe utilizar. Portanto, a tipologia Profissional corresponde ao arquétipo com maior aparição na imagem pública de Sonia Guajajara, presente em 67,5% das postagens e se relacionando com ações, trabalhos e agenda ministerial, conforme pontuamos.

Já a tipologia Maternal possui uma forte conexão com momentos culturais, afetuosos, acompanhada de seus parentes – forma como chama seus colegas indígenas –, e de sua família. Em uma das publicações, a ministra relembra um momento em que recebia bênçãos do cacique Raoni Metuktire, evidenciando um gesto de acolhimento, troca de energia e proteção espiritual, e que carrega um significado simbólico de carinho, orientação e segurança realizada por um ancião. Assim, a tipologia Maternal se apresenta na proteção,

¹⁸¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cp3ooBwP5DN>. Acesso em: 11 fev. 2025.

acolhimento e até mesmo como figura paterna¹⁸² que Raoni representa para Sonia, “abençoando” e cuidando de seus caminhos.

FIGURA 63 - SONIA GUAJARA RECEBENDO BENÇÃOS DE RAONI METUKTIRE



Fonte: Instagram de Sonia Guajajara¹⁸³.

A mesma cena de proteção e conexão ocorre na visita de Sonia ao território Guajajara, onde sua família e parentes residem. Na publicação, a ministra ressalta: “Repondo as energias com o canto do meu Povo e recebendo a força da Ancestralidade. Como é bom estar novamente em casa” (Guajajara, 2023)¹⁸⁴, utilizando um tom de receptividade ao discorrer sobre retornar para o seu lar e se reconectar com as suas raízes. Aspectos como o pertencimento, união e identidade se sobressaem na imagem pública da ministra, assumindo características ligadas ao arquétipo Maternal.

¹⁸² O respeito e admiração de Sonia por Raoni é destacado em diferentes momentos no decorrer das publicações analisadas, já que o cacique é reconhecido mundialmente como ativista da causa indígena e na luta pela Amazônia, abrindo os caminhos para que outras figuras, como Sonia Guajajara e Célia Xakriabá, possam trilhar.

¹⁸³ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cm9KrFButW8?img_index=1. Acesso em: 11 fev. 2025.

¹⁸⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CohbTKbOmp8?img_index=1. Acesso em: 11 fev. 2025.

Em outro momento, aparece ao lado de dois dos seus três filhos em uma chamada de vídeo com sua mãe, desejando-lhe um feliz aniversário pelos seus 70 anos. A publicação transborda afeto e gratidão, destacando o papel fundamental da mãe em sua trajetória. Sonia relembra as dificuldades enfrentadas por sua família, que trabalhou arduamente no campo e, mesmo sem acesso à educação formal, sempre a incentivou a estudar e a buscar um futuro melhor. Trechos como “e se somos o que somos hoje é graças a ela também” (Guajajara, 2023) e “Hoje é niver da mulher que me deu a vida, minha mãezinha que tanto amo!” (Guajajara, 2023), ressaltam o amor, carinho e a valorização da figura materna, reforçando o impacto dessa relação na construção de sua imagem.

FIGURA 64 - *FRAME* DE SONIA E SEUS FILHOS DESEJANDO FELICITAÇÕES À SUA MÃE

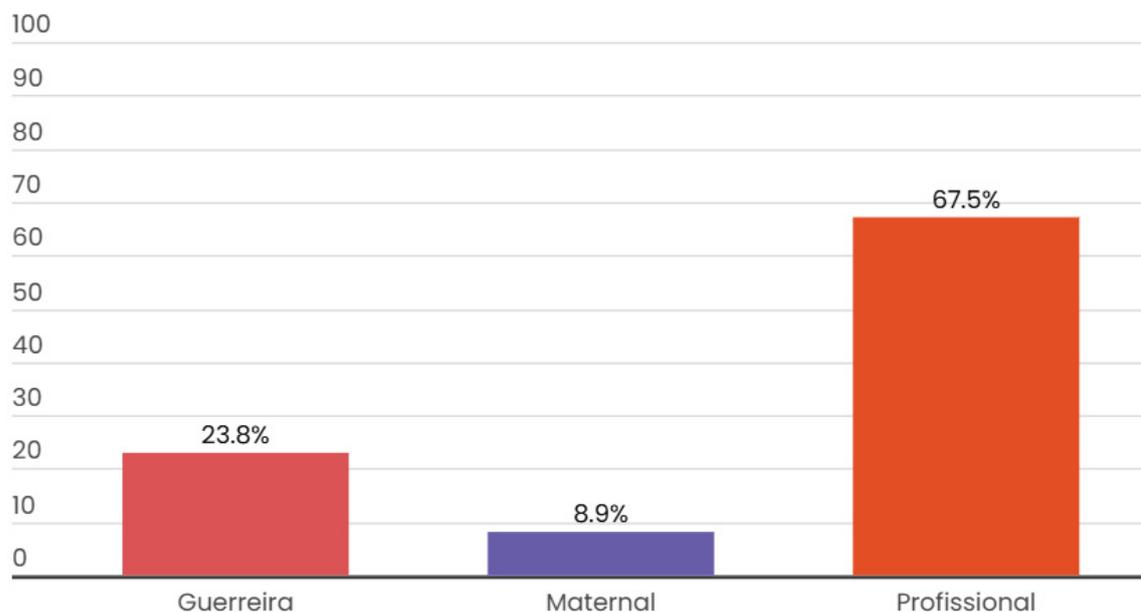


Fonte: Instagram de Sonia Guajajara¹⁸⁵.

O tom carinhoso empregado na publicação, aliado à valorização da força e dedicação da mãe, conecta-se com a figura maternal, manifestando-se no vínculo afetivo, no reconhecimento da proteção materna, na celebração da ancestralidade familiar e dos laços familiares. Assim, a publicação não apenas homenageia a mãe de Sonia, mas também destaca esses valores de amor, cuidado e proteção que seguem sendo transmitidos dentro da família. Logo, a tipologia Maternal corresponde a 8,9% de suas publicações, sendo o arquétipo com menor aparição na projeção da imagem pública de Sonia, como podemos observar no gráfico abaixo.

¹⁸⁵ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoOWh-OOjAI?img_index=1. Acesso em: 11 fev. 2025.

GRÁFICO 15 - PORCENTAGEM DAS TIPOLOGIAS APRESENTADAS POR SONIA GUAJAJARA NO PERÍODO ANALISADO



FONTE: a autora (2025).

Ao analisar a distribuição mensal das tipologias na imagem pública de Sonia Guajajara, percebemos uma linearidade da comunicação da ministra durante os meses de janeiro, fevereiro e março, com pouca oscilação entre a proporção de cada uma das tipologias, como podemos observar abaixo. Durante esse período, há um destaque para as ações realizadas para conter a grave situação do povo Yanomami, em que Sonia faz uma espécie de “prestação de contas” de todos os trabalhos desenvolvidos na região. Além disso, também assume uma posição de denúncia e enfrentamento das violências ocorridas, resultando no aumento da tipologia Guerreira.

TABELA 11 - DIVISÃO MÊS A MÊS DA PREDOMINÂNCIA DAS TIPOLOGIAS

	Guerreira	Maternal	Profissional	Número posts
Janeiro	23%	11,5%	66,1%	130
Fevereiro	27,3%	6,8%	65,7%	73
Março	24,3%	5,1%	70,5%	78
Abril	14,2%	14,2%	71,4%	21

FONTE: a autora, 2024.

A intensificação da tipologia Guerreira na imagem pública de Sonia Guajajara ocorre como resposta à demora na contenção da crise humanitária no território Yanomami. Com o agravamento da situação e a permanência dos impactos causados pelo garimpo ilegal, desinformações e *fake news* começaram a circular nas redes sociais, questionando as ações do

governo e dos órgãos responsáveis. Diante desse cenário, o Ministério dos Povos Indígenas precisou adotar uma postura combativa, publicando notas oficiais constantes para esclarecer os avanços do trabalho realizado e combater as falsas narrativas que tentavam deslegitimar as ações do governo. Mesmo com os esforços contínuos, a realidade no território Yanomami ainda é alarmante, visto que, segundo dados do Greenpeace (2025), medidas como a destruição dos equipamentos de garimpeiros ilegais, a intensificação das operações militares e a realização de ações humanitárias emergenciais não foram suficientes para erradicar completamente os problemas na região:

O boletim divulgado em 22 de fevereiro de 2024 também revelou alta incidência de doenças na região: 29.900 casos de malária, 7.104 de síndrome respiratória aguda grave, 26.747 de síndrome gripal e 10.461 de doenças diarreicas agudas ao longo de 2023. Dois anos depois, enquanto a crise humanitária persiste, o garimpo ilegal continua avançando impunemente no território. Dados do último monitoramento do Greenpeace Brasil revelam que, entre julho e setembro de 2024, 50 hectares de novas áreas de garimpo foram abertos na Terra Indígena Yanomami. Isso representa um aumento de 32% em relação ao mesmo período de 2023, confirmando que as operações de desintrusão realizadas pelo governo federal ainda não foram suficientes para conter a exploração ilegal. Mesmo com ações pontuais, como a destruição de maquinário e acampamentos, novas frentes de garimpo surgem, especialmente no sul do território, sobrepondo-se ao Parque Nacional do Pico da Neblina (Greenpeace, 2025).

Nesse contexto, a imagem de Sonia Guajajara assume uma posição central de resistência, consolidando-se como porta-voz e uma liderança combativa, que denuncia, luta e mobiliza forças para proteger seu povo. Assim, os aspectos que conectam sua imagem à tipologia Guerreira se manifestam na defesa dos direitos indígenas e ao enfrentamento de adversidades.

Por fim, o mês de abril obteve uma diferente distribuição dos arquétipos analisados, em que podemos observar o mesmo número de postagens para as tipologias Guerreira e Maternal, dando destaque para a atuação do ministério, sua agenda ministerial e projetos futuros, pertencentes ao arquétipo Profissional. Tal diferença também é causada pelo número reduzido de postagens em comparação a outros períodos, como podemos observar na tabela acima.

5 DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Com a exposição e análise dos resultados que obtivemos a partir do estudo da imagem pública projetada pelas ministras do governo federal nos primeiros 100 dias do mandato em 2023, é possível realizar uma análise geral sobre a projeção de suas imagens públicas e a forma com que as tipologias de Panke (2016) aparecem em suas figuras, refletindo também sobre as expectativas sociais e os papéis desempenhados por mulheres na política. Após 1.294 postagens analisadas, percebemos uma linearidade da imagem projetada pelas chefias ministeriais, que buscam evidenciar suas ações no Executivo, em uma quase “prestação de contas” de seus trabalhos.

TABELA 12 - MÉDIA GERAL DE PROJEÇÃO DE TIPOLOGIAS

	Número de postagens	Guerreira	Maternal	Profissional
Ana Moser	34	5,8%	8,84%	85,2%
Anielle Franco	118	14,8%	8,5%	76,5%
Cida Gonçalves	88	9%	2,27%	88,6%
Daniela Carneiro	123	3,25%	12,19%	84,5%
Esther Dweck	47	14,8%	8,5%	76,5%
Luciana Santos	260	13%	11,9%	75%
Margareth Menezes	76	14,6%	21,3%	65,3%
Marina Silva	103	31%	10,6%	58,2%
Nísia Trindade	58	10,3%	8,6%	81%
Simone Tebet	85	7,05%	14,11%	78,8%
Sonia Guajajara	302	23,8%	8,9%	67,5%
Média geral	115	13,4%	10,5%	76,1%

Fonte: a autora (2025)

Como podemos observar na tabela acima, a tipologia Profissional foi destacada em todos os casos, com uma média de 76,1% de aparição na imagem pública projetada por elas, as quais Cida Gonçalves (88,60%), Ana Moser (85,29%) e Daniela Carneiro (84,50%) são as ministras que mais apresentaram o arquétipo, sendo que duas delas foram exoneradas do cargo após o primeiro semestre de 2023. A preponderância profissional indica que a imagem dessas mulheres é fortemente vinculada à competência, experiência, capacidade técnica e seriedade no desempenho de suas funções. Esse resultado reflete uma tentativa de romper com os estereótipos tradicionais que associam mulheres exclusivamente a papéis de cuidado ou emoção, buscando legitimar sua atuação política em um espaço historicamente masculino.

Esse mesmo cenário é analisado por David O’Connell (2018) ao estudar os temas mais abordados pelos congressistas norte-americanos no Instagram, no qual temas alinhados com o profissionalismo foram ressaltados em quase 70% dos casos. Assim, o aparecimento da

tipologia em questão pode ser relacionada à própria base da comunicação governamental, que busca a geração de consensos para uma boa gestão e o desenvolvimento de uma administração pública eficaz, retratando, então, o trabalho realizado pelas ministras como forma de demonstrar sua competência.

Como destacado por Panebianco (1998), os canais de comunicação buscam refletir os valores e as expectativas do governante, além de debater a opinião pública com base em temas e informações governamentais. Isso fica evidente no uso recorrente do slogan do governo federal, “*União e Reconstrução*”, em publicações, hashtags e conteúdos divulgados pelas ministras, consolidando uma imagem alinhada à comunicação do governo federal, que pode ser percebido na linearidade e apoio constante ao governo. Além disso, fotos e vídeos das chefias ao lado de Lula, da primeira-dama Janja e outros representantes do governo contribuem para reforçar essa imagem, frequentemente marcada por sorrisos, abraços e apertos de mão, reforçando a percepção de unidade e proximidade.

O diálogo contínuo da figura do governo presente na projeção das ministras auxilia na percepção de transparência das ações governamentais e da tomada de decisão, aspectos fundamentais para a manutenção de uma boa gestão e da comunicação (Riorda, 2013). Mas, assim como aborda Panke (2016), o maior aparecimento da tipologia Profissional pode estar relacionada ao fato de que mulheres precisam “se provar” mais do que homens para que seus trabalhos sejam realmente reconhecidos, mesmo sendo altamente qualificadas e preparadas para assumirem tal posição.

Por sua vez, a tipologia Guerreira aparece pontualmente na imagem pública das ministras, com uma média de 13,7% de aparição, simbolizando a força, luta e resiliência das mulheres, principalmente ao relacionar com o assunto tratado nessas publicações que, em sua maioria, tratam sobre a violência contra a mulher, pessoas negras e indígenas. Além disso, as ministras também se posicionam sobre o ataque ao congresso após a posse de Lula, no 8 de janeiro, as enchentes e deslizamentos em São Sebastião, os casos de ataques às escolas e, em menor escala, a situação vivenciada por indígenas do território Yanomami.

Desse modo, o arquétipo Guerreira carrega a força dessas mulheres e suas lutas, sendo evidenciado nas análises de Marina Silva (31,06%), Sonia Guajajara (27,4%) e Anielle Franco (14,80%). O destaque que a tipologia recebe na imagem pública das ministras citadas reforça a trajetória política e de militância dessas figuras, frequentemente associadas a lutas ambientais, sociais e de direitos humanos. Marina, por exemplo, é amplamente reconhecida por sua defesa do meio ambiente, Sonia por sua luta pelos direitos dos povos indígenas, enquanto Anielle se destaca por sua atuação em pautas raciais e LGBTQIAP+.

O arquétipo Guerreira auxilia, também, no processo do *ethos* de identificação abordado por Patrick Charaudeau (2013). Isso ocorre porque, ao combinar o caráter, corporalidade, comportamento, declarações e imaginários sociais, as ministras geram identificação com os eleitores e seguidores de seus perfis por meio de pautas sociais em comuns, como o feminismo e a luta antirracista, podendo impactar em futuras eleições, indicações em cargos políticos e na opinião pública gerada.

Por fim, a tipologia Maternal apresenta uma média geral de 10,6%, sendo a menos utilizada pelas ministras. Com características que remetem ao cuidado, proteção e proximidade emocional, o arquétipo é frequentemente utilizado como forma de suavizar a imagem pública de mulheres com grande histórico profissional e figuras mais duras, como é o caso de Simone Tebet (14,11%). A ministra do planejamento utiliza seu Instagram para informar a população sobre as ações da pasta, uma vez que o perfil ministerial foi ativado apenas com a posse do governo Lula. Assim, aspectos maternais em suas postagens contribuem para gerar proximidade e “quebrar” a série de assuntos governamentais, como fotografias de sua família e amigos. Além disso, os aspectos maternais também podem estar relacionados com o espectro político de Tebet, cuja imagem está ligada ao centro e centro-direita do partido ao qual pertence.

À vista disso, a baixa presença da tipologia em questão pode ser resultado de uma estratégia comunicacional que busca distanciar a imagem dessas mulheres de papéis tradicionalmente femininos, favorecendo uma percepção de competência e profissionalismo. Dessa forma, o arquétipo Maternal foi aplicado como forma de gerar conexão com o público, suavizar a imagem das ministras e traçar um caminho em que suas histórias pessoais são evidenciadas na projeção de imagem pública de cada uma.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação teve como foco o estudo da imagem pública projetada pelas ministras do governo federal durante os 100 primeiros dias de 2023, período inicial do terceiro mandato do presidente Lula. A escolha do tema ocorreu devido à falta de estudos que compreendessem a comunicação de mulheres nos ministérios e, principalmente, a projeção de imagem dessas chefias, como foi observado no estado da arte realizado no primeiro capítulo desta dissertação.

A partir disso, pudemos responder à pergunta de pesquisa “de que forma os arquétipos de gênero de Panke (2016) aparecem na projeção da imagem pública das Ministras do governo Lula?” nos perfis pessoais do Instagram, por meio da análise de conteúdo, empregando as tipologias de Panke (2016) adaptadas para o contexto da rede social. Na análise, percebemos o predomínio da tipologia Profissional da imagem pública das ministras, atuando na projeção de uma figura competente, com condução técnica e desempenho institucional que transformam o perfil pessoal das chefias em um espaço de informação sobre as ações de cada ministério, característico da comunicação governamental.

Essa conduta, como uma forma de prestação de contas, ocorre principalmente quando consideramos o período de realização da pesquisa, que marca o momento de maior mediatização das ações pretendidas pelo governo. Isso se tornou evidente ao longo da pesquisa, ao notarmos o preparo de todas as ministras e suas respectivas pastas em divulgar, durante o mês de abril, publicações que abordaram projetos, leis e pacotes de medidas realizados durante os 100 primeiros dias do novo governo.

Alinhado a isso, a tipologia Maternal opera na suavização da imagem dessas mulheres. Panke (2016) argumenta que essa estratégia é empregada, principalmente, para humanizar figuras altamente profissionais, citando o caso da campanha eleitoral de Dilma Rousseff, que buscou suavizar a imagem da ex-presidenta para gerar mais identificação, projeção e empatia. Porém, mesmo atuando dessa forma, na tipologia ainda se faz presente estereótipo de gênero e comportamentos tradicionais socialmente impostos e “esperados” de mulheres, como a maternidade, casamento e papel de cuidado, como vimos principalmente na imagem pública de Anielle Franco.

Por sua vez, a tipologia Guerreira se deu através de publicações que buscavam denunciar determinados acontecimentos e posicionar as chefias a partir da defesa de minorias, aparecendo em maior ou menor grau a depender da trajetória e espectro político defendido por cada uma. Como citamos anteriormente, a maior aparição ocorreu nos perfis de Marina Silva

e Sonia Guajajara, ambas fortemente conectadas à luta pela proteção dos povos originários, na defesa do meio ambiente e integrantes de partidos alinhados à esquerda e esquerda socialista, o que demonstra maior aparição de características ligadas ao arquétipo em questão, como apontam pesquisas anteriores de Panke (2021) e Joay (2022).

Apesar de não ser o objetivo desta pesquisa, durante a coleta e realização da análise foi possível notar inúmeros casos de violência política de gênero contra ministras alinhadas à esquerda e centro-esquerda, sendo verificado especialmente contra Marina Silva. Comentários com teor machista, etarista, racista, ambiental e religioso foram observados em todas as publicações da ministra, como “Velha canalha corrupta”¹⁸⁶, “Véia incapacitada mentirosa”¹⁸⁷ e “Vai tnc sua mentirosa!!! Verme, ratazana da sociedade!!! Vai a merda sua escrota!!!”¹⁸⁸. Esses ataques evidenciam a longa caminhada para que, muito mais do que conquistar espaço no ambiente político, tais posições sejam respeitadas sem violências e ataques contra mulheres no poder.

Tais comentários ocorreram principalmente em publicações que expressavam maior sensibilidade de Marina, como ao relatar sobre quando ela e sua família passavam fome, citado durante a realização da análise da ministra. Isso pode indicar que, ao assumir uma imagem que apresenta aspectos maternais, pessoas se sentem livres para atacá-la por considerar características como a emoção uma “fraqueza”. Assim como abordamos no terceiro capítulo ao discutir sobre misoginia e patriarcado, Lerner (2019) discorre que experiências e atributos considerados como “femininos” são desvalorizados pela sociedade, vendo desprezo em falas como a de Marina, prezando pela masculinização de ideias.

Porém, para aprofundar a compreensão desse fenômeno, torna-se essencial a realização de estudos que investiguem esses episódios e examinem como tais ataques se manifestam na construção da imagem pública projetada pelas lideranças, com destaque para o caso de Marina Silva. Esta pesquisa, portanto, pode atuar como um caminho inicial para que outras sejam construídas com base na imagem pública das ministras e a relação com a violência política de gênero enfrentada por elas.

Isto posto, o presente estudo buscava, como objetivos específicos: 1) estudar a comunicação política e comunicação governamental, discorrendo sobre a imagem pública, personalismo e uso do Instagram; 2) apresentar um histórico de todas as mulheres que já chefiaram ministérios durante o período democrático brasileiro, 3) versar sobre estereótipos

¹⁸⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/Cn5YNBWjdgT/>. Acesso em: 9 fev. 2025.

¹⁸⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cm_yCBmOer8/. Acesso em: 9 fev. 2025.

¹⁸⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnKOEYEuPrJ/>. Acesso em: 9 fev. 2025.

de gênero e arquétipos femininos de gênero, entendendo seu papel na imagem pública de mulheres no ambiente político; 4) verificar as formas de utilização da comunicação pelas chefias analisadas, compreendendo de que formas os arquétipos de Panke (2016) aparecem em suas publicações.

Dessa forma, foi possível alcançar todos os objetivos propostos no estudo. No segundo capítulo, abordamos o primeiro item, fundamentando teoricamente a comunicação, a imagem pública e o uso do Instagram como suporte para a pesquisa. O segundo objetivo, por sua vez, operou como contextualização sobre a presença feminina em ministérios brasileiros durante o período democrático atual, possibilitando um maior entendimento sobre as pastas chefiadas por elas e a sua tendência no cargo ao longo do tempo.

Já o terceiro objetivo, tratado no capítulo 3, apresentou um panorama histórico sobre a misoginia e o patriarcado, além de discutir os estereótipos de gênero, contribuindo para a análise da construção da imagem pública das ministras, frequentemente moldada por estruturas machistas da sociedade. Por fim, o quarto objetivo foi concretizado durante a análise do estudo, levando-nos a compreender a presença e projeção das tipologias de Panke (2016) na imagem de cada ministra.

Por fim, durante a finalização do projeto de pesquisa para darmos início à dissertação, a hipótese de pesquisa apontava para o provável destaque da tipologia Profissional. Todavia, não esperávamos que a imagem pública das ministras estivessem centralizadas, em grande parte, somente na capacitação e especialidade dessas mulheres, algo que fica evidente ao observarmos a média geral das presença do arquétipo.

A análise dos dados demonstra que as ministras do governo federal buscam construir imagens públicas que priorizam o arquétipo Profissional, enquanto utilizam os arquétipos Guerreira e Maternal de maneira estratégica e complementar. Essa predominância reflete uma tentativa de legitimar sua presença em um ambiente político ainda marcado por preconceitos de gênero, ao mesmo tempo que evidencia uma adaptação às características e expectativas específicas de cada ministério e público-alvo.

O uso da tipologia Profissional, portanto, permite responder à questão de como os perfis pessoais das ministras podem ser entendidos como uma forma de comunicação política e, sobretudo, governamental. Nossa análise revelou que, além da forma como as tipologias são refletidas na imagem pública dessas mulheres, a comunicação realizada pelas chefias segue os mesmos princípios teóricos da comunicação política e governamental. Isso ocorre porque, como figuras públicas, as ministras representam não apenas suas pastas, mas também o governo como um todo em seus perfis pessoais, o que pode ser analisado ao observarmos a

linearidade de sua comunicação com a do governo federal, suas pautas e a ausência de críticas ao governo.

Como abordado anteriormente por Charaudeau (2013), o ator político busca construir sua imagem pela influência do seu comportamento como sujeito e conteúdo de suas propostas, projetando sua imagem através do *ethos* de credibilidade e *ethos* de identificação. O que se observou na imagem das ministras foi a predominância da projeção de imagem a partir da credibilidade, na medida em que fazem uso de uma comunicação linear e sem contradições, focando em suas capacidades técnicas.

Já o *ethos* de identificação (Charaudeau, 2013) se fez presente em casos específicos, como nos perfis de Ana Moser e Sonia Guajajara, sendo caracterizado pelo uso de mecanismos de comportamento, imaginários sociais e caráter para atribuir valores a sua imagem e gerar o sentimento de representação e proximidade. Como discorrido por Weber (2009), a imagem pública manifestada pelos atores políticos é tensionada pelos espectadores, que possuem o papel de avaliar, criticar e opinar, colocando a imagem em constante adaptação – seja na geração de identificação ou críticas, como visto nos comentários recebidos por Marina Silva.

A visibilidade recebida pelas ministras por meio do Instagram, dessa forma, contribui para o processo de formação e desconstrução da imagem pública, sendo um fator intrínseco à difusão da posição ocupada por elas e à reverberação por meio dessa plataforma. Como exposto por Alison (2022), o Instagram se constitui em um ambiente ideal para que políticos busquem espaços de visibilidade, na medida em que se observa a constante expansão do número de usuários e a repercussão de suas imagens, indo ao encontro com a presença histórica feminina e a luta contra o apagamento histórico de mulheres, como discutido por Lerner (2019). Assim, o “fazer ser visto” não apenas corrobora para que essas mulheres possam divulgar seus trabalhos frente às pastas do executivo, como também construir sua própria audiência e se conectar com o público, possibilitando uma maior popularidade.

O que também percebemos com o uso predominante da tipologia Profissional e o seu papel na projeção de uma imagem técnica, é o uso da comunicação também como forma de enfatizar a participação dessas mulheres na história dos ministérios do país, atuando como referência para que outras mulheres e meninas se vejam nessa mesma posição. Assim como foi abordado anteriormente por Lerner (2019) e D’Araujo (2009), o patriarcado se conecta às instituições da sociedade ao negligenciar a história das mulheres e apagar figuras que poderiam atuar como inspiração e referências, principalmente quando consideramos o prestígio, notoriedade e *status* desfrutado por políticos que assumem tais pastas.

Contudo, a participação feminina em ministérios ainda é dependente de inúmeros fatores, como os governos de coalizão (D'Araujo, 2009), que se tornam reféns da distribuição de cargos públicos de acordo com partido e/ou região. Isso, por sua vez, varia de acordo com alianças políticas, número de mulheres participantes de cada partido, distribuição de cargos dentro de cada organização e os cargos assumidos por elas. Assim, compreender a imagem projetada por essas mulheres é fundamental para que possamos, com novas abordagens, entender formas de ampliar a presença de mais mulheres na política brasileira, seja por meio de governos que prezam pela representatividade de gênero ou pela demanda popular, por exemplo.

Mesmo quando incluídas na política, mulheres ainda ocupam espaços considerados como “femininos”, como foi possível ser observado com o levantamento histórico daquelas que já chefiaram ministérios após o restabelecimento da democracia no país que, considerando os 36 anos que abrangem os 12 governos analisados, apenas em 57 vezes um ministério foi chefiado por mulheres, correspondendo a 9,43% da totalidade, em comparação com 549 vezes que um homem ocupou essa posição. Com base nos dados da ONU sobre a gestão de ministérios em 190 países e a divisão de grandes áreas realizadas no estudo, podemos observar, no gráfico 4, a alocação de mulheres nas pastas do executivo durante o período analisado da Nova República (1985-atual).

O gráfico revela que, apesar de algumas ministras chefiaram pastas relacionadas a assuntos econômicos, como o Ministério do Planejamento e Orçamento, o Ministério do Turismo e o Ministério de Minas e Energia (18 vezes chefiado por mulheres), a maior presença ainda se dá em áreas sociais que destacam o cuidado com o outro e a empatia, aspectos intimamente ligados aos estereótipos de gênero e à tipologia Maternal, presidido 22 vezes por mulheres. Também podemos ressaltar a pouca ou nenhuma presença em pastas que pautam a defesa, justiça e educação, consideradas “áreas duras” e tipicamente conectadas com a imagem masculina, como abordado por Bourdieu (2002).

Dessa forma, como ressaltado e analisado ao longo deste trabalho, o caminho que ainda devemos trilhar para a equidade de gênero na política é longo, desgastante e longe de um cenário de facilidade, pois “[...] basta uma crise política, econômica ou religiosa para que os direitos das mulheres sejam questionados” (Beauvoir, 1970, n.p.), algo possível de ser observado no histórico de mulheres chefiando os mais altos cargos do executivo federal e a relação entre a diminuição de mulheres em governos alinhados à direita e extrema-direita. Porém, mesmo nos casos de governos que incluam políticas durante a sua governança e assumem pautas a favor de minorias, é preciso que ações efetivas sejam realizadas para

garantir uma participação sem violência, contestações, impedimentos ou trocas por figuras masculinas – como nos casos de demissão de Ana Moser e Daniela Carneiro em 2023 e Nísia Trindade em 2025 –, colocando em evidência a capacidade feminina de assumir pastas e posições que vão além da relação com o seu gênero, como a própria comunicação pessoal das ministras ressaltou ao assumir um perfil Profissional, técnico e com competência.

Essa desigualdade na distribuição das mulheres nos ministérios reflete não apenas uma questão política, mas também um problema estrutural enraizado na sociedade. A associação entre liderança e masculinidade ainda persiste, dificultando a ascensão das mulheres a cargos considerados estratégicos. Esse cenário reforça a necessidade de políticas públicas e mecanismos institucionais que promovam a equidade de gênero na ocupação de cargos de poder, indo além da regulamentação eleitoral e as cotas de gênero, permitindo uma distribuição mais igualitária entre as diferentes áreas do governo, inclusive no executivo.

Portanto, é fundamental que avanços sejam feitos não apenas no aumento numérico da presença feminina na política, mas também na desconstrução de padrões culturais que limitam a atuação das mulheres em determinadas áreas. Somente com um esforço coletivo, que envolva a sociedade, os partidos políticos e o próprio governo, será possível romper com essa lógica excludente e garantir uma verdadeira representatividade feminina em todos os âmbitos da administração pública.

Dessa maneira, este estudo estabelece uma base para investigações futuras que possam aprofundar a compreensão da imagem pública de políticas ocupando os mais variados cargos eletivos e executivos. Além disso, abre espaço para análises que relacionem as tipologias de Panke (2016) com ocorrências de violência política de gênero, contribuindo para a identificação de padrões e desafios enfrentados por mulheres na esfera pública, como também em estudos que foquem em um olhar do macro para o micro sobre o uso das tipologias, principalmente do arquétipo Profissional, mais usado pelas ministras no período analisado.

Outra vertente relevante a ser explorada diz respeito à maneira como chefias femininas são retratadas nas comunicações oficiais do governo federal, o que pode revelar aspectos sutis ou explícitos de desigualdade de gênero na narrativa institucional. Essas possibilidades de investigação não apenas ampliam o escopo do debate acadêmico sobre gênero, comunicação política e imagem pública, mas também orientam a continuidade da formação acadêmica desta autora, fornecendo subsídios para a produção de artigos científicos, capítulos de livros e, futuramente, para o desenvolvimento de um projeto de doutorado alinhado a essas temáticas.

REFERÊNCIAS

- AIRES, J.; CÂMARA, C. A mídia e os limites do personalismo na política brasileira: uma análise dos mandatos de Celso Russomanno, Jean Wyllys e Tiririca. **Revista Compólitica**, [S.L.], v. 7, n. 2, p. 153-180. 2017.
- ALISON, M. B. **A construção da imagem pública nas redes sociais**: um estudo do caso dos presidentes da América Latina no uso do Instagram. 2022. 131 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação em Ciências Políticas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2022.
- ALMEIDA JUNIOR, L. N. **Conjecturas para uma Retórica do Design (Gráfico)**. 2009. 423 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2009.
- ALVES, G. P. Logos, ethos e pathos como estratégias argumentativas: análise de uma notícia do diário de Pernambuco. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, [S.L.], v. 22, n. 2, p. 56-72, set., 2022.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. 2. ed. Portugal: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2005.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, A. T. de; BUSANELLO, E. Machismo discursivo: modos de interdição da voz das mulheres no parlamento brasileiro. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 27, n. 2, p. 1-15, 2019. FapUNIFESP (SciELO).
- BEAUDOUX, V. G. Estereótipos de género, comunicación política y liderazgo femenino: ¿Para qué sirve la táctica de reencuadre?. **Más Poder Local**: en portada, Espanha, v. 25, n. 1, p. 1-8, fev. 2015.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**: fatos e mitos. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.
- BIROLI, F. Uma mulher foi deposta: sexismo, misoginia e violência política. In: RUBIM, L.; ARGOLLO, F. (Orgs.). **O Golpe na perspectiva de Género**. Salvador: Edufba, 2018. p. 75-83.
- BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de Política**. 11. ed. Brasília: Editora Unb, 1998.
- BOURDIEU, P. **A dominação Masculina**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BRAGA, J. L. O que é comunicação? **Líbero**: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, v. 19, n. 38, p. 15-19, jul. 2016.
- CARVALHO, F. C. de; KNISS, A. B.; FONTES, G. S. Representação feminina na propaganda eleitoral partidária no Brasil: as candidatas a deputada federal pelo Paraná na TV. **Estudos em Comunicação**, Curitiba, v. 1, n. 26, p. 231-246, mai., 2018.

CHARAUDEAU, P. **Discurso Político**. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

CRESPO, I. *et al.* **Manual de comunicação política y estrategias de campaña**: candidatos, medios y electores en una nueva era. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2011.

D'ARAUJO, M. C. Os ministros da Nova República: notas para entender a democratização do poder executivo. *In*: II CONSAD, 2009, Brasília. **Paper**. Brasília: Conselho Nacional de Secretários de Estado da Administração – Consad, 2009. p. 1-36.

FEDERICI, S. **Calibã e a Bruxa**: mulheres, corpo e acumulação primitiva. São Paulo: Elefante, 2017.

FINAMORE, C. M.; CARVALHO, J. E. C. de. Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 2, n. 14, p. 347-362, ago. 2006.

FRANÇA, V. V.; SIMÕES, P. G. **Curso básico de Teorias da Comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

FREIDENBERG, F. Ellas también saben: estereotipos de género, resistencias a la inclusión y estrategias para feminizar la política. **Pluralidad y Consenso**: Revista del Senado Mexicano, Cuauhtémoc, v. 8, n. 35, p. 86-102. 2018.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, jun. 1995.

HASWANI, M. F. Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. **Organicom**, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 27-39, jan. 2006.

HOLLAND, J. **Una Breve Historia de la Misoginia**: el prejuicio más antiguo del mundo. Ciudad de Mexico: Oceano, 2010.

INESC (Brasília) (org.). **Perfil dos Eleitos 1º e 2º turnos**: perfil do poder eleições 2024. Brasília: Instituto de Estudos Socioeconômicos, 2024. 34 p. Disponível em: <https://inesc.org.br/wp-content/uploads/2024/11/inesc-2024-perfil-dos-eleit-os-1e2turnos.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2025.

JOAY, E.; TOMITA, I. Y. Estudo sobre a (ausência de) campanha publicitária de conscientização no controle da covid-19. **Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação (INICIACOM)**, São Paulo, v. 12, n.1,p. 9-20,jan./mar. 2023.

JOAY, E. Mulheres à Esquerda: a propaganda eleitoral das candidatas esquerdistas ao Governo Estadual no HGPE. *In*: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2023, Guarapuava. **Anais do [...]**, São Paulo: Intercom, 2023.

JUNG, C. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2016.

LAGARDE, M. “El género”, fragmento literal: ‘La perspectiva de género’, en Género y feminismo. **Desarrollo humano y democracia**, Ed. horas y HORAS, Espanha, 1996, pp. 13-38.

LERNER, G. **A Criação do Patriarcado**: história da opressão das mulheres pelos homens. São Paulo: Editora Cultrix, 2019.

LIMA, A. M. L. **Guerreiras, Maternais e Profissionais**: Candidatas à Presidência do Brasil no HGPE Televisivo. 2017. 122 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

LUZ, A. J.; WEBER, M. H. Comunicação Governamental e Memória Política: preservação e apagamento de informações oficiais nos sites das capitais. *In*: XXVI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Compós, 2017. p. 1-27.

NASCIMENTO, J. S. A relação entre lógica, *pathos* e *ethos* na arte retórica de Aristóteles. **Anais de Filosofia Clássica**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 17, p. 38-60. 2015.

O’CONNELL, D. #Selfie: instagram and the united states congress. **Social Media + Society**, [S.L.], v. 4, n. 4, p. 1-17, out. 2018.

PANEBIANCO, A. Comunicação Política. *In*: BOBBIO, N.; MATTEUCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. Tradução de Carmen C. Varriale et al. 11. ed. Brasília: UnB, 1998. p. 200-204.

PANKE, L. **Campanhas eleitorais para mulheres**: desafios e tendências. Curitiba: Editora UFPR, 2016.

PANKE, L. Candidatas guerreiras no Brasil: um estudo de caso das narrativas audiovisuais das mulheres mais votadas às prefeituras das capitais em 2020. **Cuestiones de Género: de la igualdad y la diferencia**, [S.L.], v. 1, n. 16, p. 449-464, jun. 2021.

PANKE, L.; QUEVEDO, J.; JOAY, E. Comunicação governamental nos spots sonoros: o caso brasileiro. **Más Poder Local**, Murcia, v. 1, n. 57, p. 30-46, jul. 2024.

PEREIRA, R. L. Conceito de Comunicação. **e-Com**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 1-17, 2013.

QUEVEDO, J. P. de; DIDUCH, J. T. de A. Palavra de mulher: as prioridades retóricas de Simone Tebet na campanha presidencial. *In*: PANKE, L.; MESSAGI JÚNIOR, M. (Orgs.). **Facetas de uma guerra brutal**: eleições presidenciais 2022. Campina Grande: Eduepb, 2023. p. 96-109.

REBOLLEDO, M. La personalización de la política: una propuesta de definición para su estudio sistemático. **Revista de Comunicación**, Peru, [S.L.], v. 16, n. 2, p. 147-176, 2017.

REBOUL, O. **Introdução à retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

RIORDA, M. Comunicación Gubernamental. *In*: GALICIA, J. S. **Treinta Clavez para entender el Poder**: léxico para la nueva comunicación política. México: Piso 15 Editores, 2013. p. 61-76.

RUSSMANN, U.; SVENSSON, J. Interaction on Instagram?: glimpses from the 2014 swedish elections. **International Journal Of E-Politics**, [S.L.], v. 8, n. 1, p. 50-66, 1 jan. 2017.

SANTO, P. do E.; FIGUEIRAS, R. Comunicação eleitoral. *In*: CORREIA, J. C.; FERREIRA, G. B.; SANTO, P. do E. (Orgs.). **Conceitos de Comunicação Política**. Covilhã: Labcom, 2010. p. 77-89.

SILVA, C. I. P. **A comunicação partidária online**: os websites num contexto não eleitoral. 2012. 113 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Ciência Política, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2012.

SILVA, L. A. M. **Brasil levará 88 anos para conseguir equidade de gênero em ministérios no atual ritmo**. 2023. Disponível em: <https://republica.org/emnotas/conteudo/brasil-levara-88-anos-para-conseguir-equidade-de-genero-em-ministerios-no-atual-ritmo/#4>. Acesso em: 08 jan. 2025.

SILVA, R. D. dos S. **E dentro do Instagram, como estão os candidatos?** Estudo de caso sobre a campanha online à prefeitura de salvador em 2020. 2022. 128 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022.

WEBER, M. H. Imagem Pública. *In*: ALBINO, A.; RUBIM, C. (Orgs.). **Comunicação e Política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004. p. 259-308.

WEBER, M. H. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 11-26, set. 2009.