

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RÁDIO E TV

ADRIANA MONTENEGRO COSTA

A PARTICIPAÇÃO FEMININA NOS PLEITOS ELEITORAIS MARANHENSES: Um
estudo do Patrimônio Político Familiar nas Candidaturas Femininas através do Instagram para
a Câmara de Vereadores de São Luís em 2024

São Luís – MA

2025

ADRIANA MONTENEGRO COSTA

A PARTICIPAÇÃO FEMININA NOS PLEITOS ELEITORAIS MARANHENSES: Um estudo do Patrimônio Político Familiar nas Candidaturas Femininas através do Instagram para a Câmara de Vereadores de São Luís em 2024

Monografia ao Curso de Graduação em Comunicação Social – Habilitação Rádio e TV da Universidade Federal do Maranhão, para defesa do Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador: Prof. Dr. Elthon Ranyere Oliveira Aragão

São Luís – MA

2025

Montenegro Costa, Adriana.

A participação feminina nos pleitos eleitorais maranhenses: Um estudo do Patrimônio Político Familiar nas candidaturas femininas através do Instagram para a Câmara de Vereadores de São Luís em 2024/ Adriana Montenegro Costa. – São Luís, 2025.

63 p.

Orientador: Elthon Ranyere Oliveira Aragão.
Monografia (Graduação) Curso de Comunicação Social – Habilitação Rádio e TV, Universidade Federal do Maranhão, São Luís/MA, 2025.

1. Gênero e Política 2. Eleições Municipais 3. Patrimônio Político Familiar. I. Oliveira Aragão, Elthon. II. Título.

ADRIANA MONTENEGRO COSTA

A PARTICIPAÇÃO FEMININA NOS PLEITOS ELEITORAIS MARANHENSES: Um estudo do Patrimônio Político Familiar nas Candidaturas Femininas através do Instagram para a Câmara de Vereadores de São Luís em 2024

Monografia ao Curso de Graduação em Comunicação Social – habilitação Rádio e TV da Universidade Federal do Maranhão, para a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso.

Aprovada em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Elthon Ranyere Oliveira Aragão

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. José Ribamar Ferreira Júnior

Universidade Federal do Maranhão

Profª. Drª. Patricia Rakel de Castro Sena

Universidade Federal do Maranhão

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus e a São João, por me concederem saúde, força e perseverança ao longo dessa jornada.

À minha família, pelo amor incondicional e incentivo constante.

Ao meu orientador Elthon Aragão, pela orientação precisa, pelas sugestões valiosas, pelo tempo dedicado e pela confiança depositada neste trabalho.

RESUMO

O trabalho investiga a participação feminina em pleitos eleitorais maranhenses, com foco na eleição de 2024 para a Câmara Municipal de São Luís. O objetivo da pesquisa é compreender de que forma o capital político familiar influencia a campanha de mulheres na política institucional, a partir da análise das campanhas digitais de duas candidatas: Clara Gomes e Thay Evangelista, ambas estreantes nas urnas e esposas dos deputados estaduais Osmar Filho e Neto Evangelista, respectivamente. O estudo adota uma abordagem qualitativa, utilizando a técnica de análise de conteúdo aplicada às publicações realizadas no Instagram pelas candidatas e por seus respectivos cônjuges durante o período eleitoral. A pesquisa dialoga com autores como Pierre Bourdieu, Joan Scott e Luciana Panke para refletir sobre a mobilização de capitais políticos familiares nas estratégias de campanha, bem como os desafios enfrentados por mulheres em contextos eleitorais marcados por estruturas patriarcais. A análise evidencia que, embora o número de candidaturas femininas tenha crescido, muitas trajetórias seguem sendo viabilizadas por vínculos familiares com figuras políticas masculinas, no caso do Maranhão, principalmente seus maridos, revelando a persistência de padrões patriarcais e a limitação da construção de uma representatividade feminina autônoma na política local.

Palavras-chave: Gênero e política. Eleições Municipais. Patrimônio político familiar.

ABSTRACT

This work investigates female participation in electoral contests in the state of Maranhão, focusing on the 2024 elections for the São Luís City Council. This research aims to understand how family political capital influences women's campaigns within institutional politics, through the analysis of the digital campaigns of two candidates: Clara Gomes and Thay Evangelista, both first-time candidates and respectively the wives of state deputies Osmar Filho and Neto Evangelista. The study adopts a qualitative approach, using content analysis techniques applied to Instagram posts by the candidates and their spouses during the electoral period. The research engages with authors such as Pierre Bourdieu, Joan Scott, and Luciana Panke to reflect on both the mobilization of family political capital in campaign strategies and the challenges faced by women in electoral contexts marked by patriarchal structures. The analysis reveals that although the number of female candidates has increased, many trajectories continue to be enabled primarily through family ties to male political figures, in the case of Maranhão especially their husbands, highlighting the persistence of patriarchal patterns and the limitations on building autonomous female political representation at the local level.

Keywords: gender and politics; local elections; family political capital.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Deputadas eleitas no Maranhão pós-ditadura militar	29
Tabela 02: Vereadoras eleitas em São Luís pós-ditadura militar	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Neto Evangelista em apoio a Thay Evangelista.....	36
Figura 02: Osmar Filho em apoio a Clara Gomes	37
Figura 03: Clara Gomes falando sobre a vocação de cuidar	41
Figura 04: Postagem voltada a afetividade e à proximidade com o povo e com Deus	42
Figura 05: Clara Gomes e atos de cuidado	43
Figura 06: Postagem conjunta Osmar Filho e Clara Gomes	45
Figura 07: O patrimônio político familiar verbalizado pelo conjugue Osmar Filho	45
Figura 08: Postagem que reforça parceria e continuidade do trabalho do marido	46
Figura 09: Sequência de postagens da candidata	47
Figura 10: Postagem da candidata Thay Evangelista que ressalta arquétipo profissionalismo	50
Figura 11: Discurso da candidata Thay Evangelista que reforça capacidade técnica	51
Figura 12: Discurso da candidata que ressalta a tipologia profissional e legitimidade social	51
Figura 13: Postagem com o marido e cabo eleitoral Neto Evangelista	53
Figura 14: Neto Evangelista com o papel de apoiador à candidatura da esposa	54
Figura 15: Postagem que remete as cores de campanha da candidata	57

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. GÊNERO, POLÍTICA E DEMOCRACIA DIGITAL: DESAFIOS DA REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA CONTEMPORANEIDADE	13
1.1 Mulheres na Política: Avanços, Desigualdades e Desafios	13
1.2 Plataformas Digitais e Democracia Digital	15
1.3 Campanha Permanente, Capital Social e Capital Político	17
1.4 Arquétipos femininos em campanhas eleitorais	19
2. MULHERES NA POLÍTICA BRASILEIRA, MARANHENSE E LUDOVICENSE	24
2.1 Mulheres na Política Brasileira: Representatividade Feminina, Legislação, Cotas e Limites.....	24
2.2 Mulheres na Política Maranhense.....	28
2.3 Mulheres na Política Ludovicense.....	32
3. A ELEIÇÃO MUNICIPAL EM SÃO LUÍS EM 2024.....	35
3.1 Partidos Políticos e os apoios às candidaturas femininas	35
3.2 Maridos cabos eleitorais: Osmar Filho e Neto Evangelista	37
3.3 O perfil (digital) da candidata Clara Gomes	39
3.4 O papel do marido como cabo eleitoral: Osmar Filho na campanha de Clara Gomes44	
3.5 As Cores na Construção da Identidade Visual de Clara Gomes.....	47
3.6 O perfil (digital) da candidata Thay Evangelista	49
3.7 O papel do marido como cabo eleitoral: Neto Evangelista na campanha de Thay Evangelista	52
3.8 As Cores na Construção da Identidade Visual de Thay Evangelista	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
REFERÊNCIAS	61

INTRODUÇÃO

A participação das mulheres na política tem sido, nas últimas décadas, pauta recorrente de estudos acadêmicos, mobilizações sociais e agendas de organizações internacionais. Apesar de avanços legislativos, institucionais e simbólicos, o campo político brasileiro ainda se estrutura sob lógicas excludentes, patriarcais e seletivas. Embora representem mais da metade da população e do eleitorado, as mulheres seguem sub-representadas nos espaços de poder político, tanto em âmbito nacional quanto local (Sanchez, 2017; Leite; Gundim, 2019).

No Maranhão, esse quadro se reproduz — e, por vezes, se intensifica — devido à força histórica de estruturas oligárquicas e familiares. A política local é marcada por redes de poder sustentadas por vínculos de parentesco, consanguíneos ou simbólicos, e o ingresso de mulheres nos espaços institucionais, longe de ser autônomo, frequentemente se dá por meio de mediações com figuras masculinas consolidadas no cenário político. Nesse sentido, é fundamental compreender como se constroem as trajetórias políticas femininas em contextos em que o capital político familiar exerce papel determinante.

Diante desse cenário, esta monografia tem como objetivo investigar campanhas eleitorais digitais de mulheres maranhenses, com ênfase nas candidaturas ligadas a redes de parentesco com políticos homens. O foco recai sobre duas estreantes nas eleições de 2024 para a Câmara Municipal de São Luís — Clara Gomes e Thay Evangelista —, ambas esposas de deputados estaduais em exercício. O interesse está em compreender quais lógicas são acionadas em suas campanhas e de que forma o capital político de seus cônjuges foi mobilizado nas estratégias eleitorais.

A escolha dessas candidaturas se baseia em dois critérios centrais: (1) o vínculo direto com políticos que já ocupam cargos eletivos, no caso, os deputados Osmar Filho e Neto Evangelista; e (2) o fato de estarem concorrendo pela primeira vez a um cargo público. Parte-se da hipótese de que o capital político familiar funciona, nesses casos, como um vetor central de entrada e sustentação no campo político, sendo acionado discursivamente durante as campanhas.

Para isso, foi realizada uma análise de conteúdo das publicações feitas no Instagram pelas candidatas e por seus cônjuges durante o período eleitoral de 2024, da pré-campanha até a véspera da eleição. A escolha do Instagram se justifica por seu papel central nas campanhas contemporâneas, funcionando não apenas como ferramenta de visibilidade, mas também como arena de disputa simbólica e afetiva. As plataformas digitais, embora aparentem neutralidade, reproduzem assimetrias estruturais do campo político, incluindo as desigualdades de gênero.

O corpus da pesquisa é composto por todas as postagens em vídeo, imagem e texto realizadas nos perfis oficiais das duas candidatas, bem como em publicações conjuntas com seus respectivos maridos. No total, foram analisadas 165 postagens: 86 da candidata Clara Gomes e 79 de Thay Evangelista, distribuídas entre os meses de agosto a outubro de 2024, abrangendo o período da pré-campanha e da campanha oficial. A metodologia adotada é qualitativa, fundamentada na técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), com o objetivo de identificar padrões discursivos, estratégias de visibilidade, construção de autoridade e mecanismos de transferência de capital político e simbólico entre os casais.

Ao focar na Câmara Municipal de São Luís, o estudo parte de dados concretos do último pleito: em 2024, foram registradas 520 candidaturas ao cargo de vereador (a), das quais 167 foram de mulheres (32%). Dessas, apenas 6 foram eleitas, representando 19% do total de cadeiras. Das seis eleitas, três possuem vínculos diretos com políticos do sexo masculino — sendo duas delas as analisadas neste estudo. Entre as demais, há perfis variados: Rosana da Saúde e Professora Magnólia, com trajetórias políticas pautadas na atuação comunitária e profissional; Concita Pinto, reeleita para seu terceiro mandato; e Flávia Bertheir, cuja campanha se destacou pela adesão a pautas da extrema direita.

Esses dados evidenciam que, embora o número de candidaturas femininas se mantenha em torno de um terço do total, a taxa de sucesso eleitoral das mulheres permanece baixa. Além disso, quando se observa quem são essas mulheres eleitas, percebe-se que o capital político familiar segue sendo uma das principais vias de entrada no campo político formal. Isso coloca em questão o real alcance das políticas de incentivo à participação feminina, bem como os limites da representação de gênero em contextos fortemente marcados por dinâmicas patriarcais e conservadoras.

Portanto, este trabalho se insere no esforço de compreender as dinâmicas de gênero na política maranhense, com ênfase nas relações entre política institucional, capital político familiar e práticas comunicacionais mediadas pelas redes sociais digitais. Ao analisar esses fenômenos, pretende-se contribuir para o debate sobre representatividade, democracia e participação feminina no contexto local, reforçando a importância de pensar o gênero não como uma variável acessória, mas como uma categoria central de análise para a ciência política contemporânea.

1. GÊNERO, POLÍTICA E DEMOCRACIA DIGITAL: DESAFIOS DA REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA CONTEMPORANEIDADE

1.1 Mulheres na Política: Avanços, Desigualdades e Desafios

Embora as mulheres representem 51,1% da população brasileira, sua presença nos espaços de poder político segue visivelmente desproporcional. Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) revelam que as mulheres ocupam menos de 20% dos cargos eletivos no país, o que demonstra um grave déficit no que se refere à representatividade de gênero.

De acordo com Sanchez, “as instituições representativas, que têm como base princípios liberais e republicanos, não estão sendo espaços inclusivos para os grupos marginalizados da população” (2017, p. 156). A autora defende que, apesar dos avanços democráticos, as estruturas institucionais continuam alicerçadas em lógicas que reproduzem desigualdades de gênero, raça e classe.

A participação das mulheres na política não é um fenômeno recente, mas segue sendo atravessada por entraves estruturais. Como destacam D’Araújo e Macedo (2018), um dos principais indicadores da qualidade democrática de uma sociedade é a presença feminina em espaços de decisão, tanto no setor público quanto na política representativa. Entretanto, o Brasil permanece distante de alcançar um patamar minimamente igualitário, figurando entre os países com menores índices de representação feminina no parlamento.

Tal sub-representação das mulheres nos espaços de poder não pode ser explicada apenas por barreiras institucionais. Ela está intimamente relacionada à persistência da violência política de gênero, uma forma de exclusão que se manifesta de maneira direta — como ameaças, agressões verbais, assédio moral e intimidação — e simbólica, por meio do silenciamento, da deslegitimação da capacidade política das mulheres e da sua invisibilização nos processos eleitorais.

Segundo Cunha e Lima (2021), a cultura política brasileira ainda está profundamente enraizada em estruturas patriarcais, nas quais a presença de mulheres nos espaços decisórios é frequentemente tratada como uma ruptura indesejada da ordem social. Essa lógica resulta em práticas cotidianas de exclusão que reforçam a ideia de que o espaço político é, por natureza, um espaço masculino.

Pierre Bourdieu (2007) amplia essa discussão ao conceituar a violência simbólica, um tipo de dominação que não se impõe pela força, mas pela naturalização de hierarquias por

meio de esquemas mentais interiorizados tanto por dominadores quanto por dominadas. Segundo o autor, os corpos e os papéis sociais são moldados pela cultura de forma a parecerem naturais. Assim, as mulheres, socializadas em um universo onde o poder é masculinizado, internalizam essa estrutura e, muitas vezes, a reproduzem. A política, nesse sentido, torna-se um campo hostil, estruturado para excluir ou, no máximo, tolerar presenças femininas sob condições específicas e subordinadas: “A força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificção: a visão androcêntrica impõe-se como neutra e não tem necessidade de se enunciar em discursos que visem a legitimá-la” (Bourdieu, 2012, p. 19).

Essa exclusão não é apenas estrutural, mas também discursiva. Panke e Iasulaitis (2016) demonstram que os discursos de campanhas eleitorais femininas frequentemente reforçam estereótipos de gênero, associando as candidatas a qualidades como cuidado, sensibilidade e dedicação ao lar. Tais atributos, embora socialmente valorizados, são percebidos como incompatíveis com os requisitos da liderança política, tradicionalmente associada à racionalidade, força e competitividade — qualidades historicamente atribuídas ao masculino.

A mídia desempenha papel central na manutenção dessa lógica. Finamore e Carvalho (2006) observam que, ao transformar mulheres candidatas em “produtos de marketing”, a mídia frequentemente reforça uma representação que as prende à esfera privada, desqualificando suas capacidades políticas. Essa construção simbólica perpetua a imagem da mulher como alguém inadequada ao espaço público e reitera, de maneira sutil, os discursos que legitimam sua exclusão.

Joan Scott (1995), ao definir o gênero como uma categoria útil para a análise histórica, argumenta que ele deve ser compreendido como uma construção social e relacional, que organiza as relações de poder e determina os papéis sociais atribuídos a homens e mulheres. Para a autora, o campo político foi historicamente constituído como um espaço masculino, enquanto o feminino foi relegado à esfera privada. Dessa forma, a presença das mulheres na política exige não apenas alterações legislativas, mas também uma reformulação simbólica profunda da própria concepção de política.

Além disso, como destaca Vivian Santos (2021), essa invisibilidade é ainda mais severa quando se trata de mulheres negras, indígenas, periféricas ou de territórios tradicionais. Nesses casos, a discriminação ocorre em camadas interseccionais, articulando gênero, raça e classe social. Essas mulheres enfrentam obstáculos múltiplos e simultâneos que tornam sua entrada e permanência na política ainda mais difícil, sendo constantemente tratadas como exceção ou objeto de assistencialismo, e não como agentes políticos plenos.

No Brasil, essa dinâmica é evidenciada pelos dados. Como dito anteriormente, as mulheres representam a maioria do eleitorado, ainda ocupam menos de 20% das cadeiras no Congresso Nacional (TSE, 2022). Isso revela um abismo entre a igualdade formal prevista na legislação e a desigualdade concreta na prática política. As leis de cotas de gênero, embora importantes, têm sido insuficientes diante da persistência de práticas partidárias excludentes, da ausência de financiamento adequado e da desvalorização simbólica das candidaturas femininas.

A violência política de gênero, portanto, deve ser compreendida como parte de um sistema complexo de dominação que atua em diferentes frentes: na estrutura dos partidos, na cobertura midiática, nas relações sociais e, sobretudo, nos imaginários coletivos que definem quem pode ou não ocupar o espaço político. Enfrentar essa violência requer mais do que garantir espaço legal: exige políticas públicas de incentivo, formação política, proteção institucional e, principalmente, transformações culturais e simbólicas profundas, que desfaçam os padrões androcêntricos ainda hegemônicos.

Somente a partir da crítica às formas simbólicas de exclusão e da desconstrução dos discursos dominantes será possível construir uma democracia verdadeiramente inclusiva — uma democracia onde gênero não seja obstáculo, mas dimensão central da representatividade e da legitimidade política.

1.2 Plataformas Digitais e Democracia Digital

O desenvolvimento das plataformas digitais e das redes sociais trouxe mudanças significativas na dinâmica da política contemporânea. As redes ampliaram os canais de comunicação direta com a população, permitindo aos candidatos grande autonomia na construção de sua imagem e de suas narrativas. Entretanto, esses espaços também se configuraram como ambientes hostis, onde discursos de ódio, desinformação e ataques misóginos são frequentemente potencializados.

Embora as redes sociais ofereçam oportunidades para que mulheres contornem as barreiras tradicionais da política — como a dependência de estruturas partidárias ou o acesso restrito aos grandes meios de comunicação —, elas também se tornaram palco para a reprodução de práticas de violência simbólica, ataques pessoais e discursos sexistas.

A chamada “democracia digital” tem o potencial de ampliar a participação, promover campanhas mais acessíveis e fomentar o engajamento cívico. Contudo, na prática, as desigualdades de gênero são reproduzidas também no ambiente digital, o que exige reflexões mais profundas sobre os limites das plataformas como ferramentas de inclusão política.

Segundo Wilson Gomes (2010), democracia digital pode ser compreendida como o exercício da democracia por meio do uso de ferramentas e tecnologias digitais. Trata-se da incorporação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como instrumentos capazes de fornecer informações públicas, aumentar a transparência, promover o empoderamento cidadão e ampliar a participação social e política por meio de canais digitais. Essa definição simples esconde, no entanto, a complexidade e os múltiplos sentidos atribuídos ao termo ao longo do tempo.

Gomes (2018) ainda destaca que a democracia digital se consolida na medida em que as tecnologias digitais passam a mediar não apenas as relações interpessoais e de consumo, mas também as relações políticas, institucionais e de participação pública. Em um contexto de hiperconexão, no qual cidadãos estão continuamente conectados a seus dispositivos, os meios digitais tornaram-se ambientes fundamentais para o debate público, para a organização de protestos, mobilizações sociais e pressão sobre autoridades. Assim, a democracia digital deve ser entendida não apenas como um conjunto de ferramentas, mas como uma condição contemporânea da vida democrática, em que o espaço online se torna central para a disputa de ideias, a construção de agendas e a visibilidade de grupos sociais marginalizados.

Nessa perspectiva, autores como Sampaio, Bragatto e Silva (2016) consideram que a democracia digital representa uma transformação dos modos tradicionais de participação, indo além das instituições formais, como o voto e os partidos, e incorporando práticas como o monitoramento de políticas públicas, a deliberação em redes, a denúncia de violações de direitos, bem como o acesso a dados e informações governamentais. Essas dinâmicas permitem que cidadãos se envolvam de forma mais direta nos assuntos coletivos, fortalecendo os ideais de transparência, inclusão e *accountability*.

Contudo, esse potencial democratizante não se realiza plenamente de forma automática. Ao contrário, o ambiente digital, embora mais acessível e horizontalizado, reproduz assimetrias históricas de poder e desigualdades de representação, especialmente no que se refere à participação das mulheres. As redes sociais, ao mesmo tempo em que criam oportunidades de comunicação direta e visibilidade, também se tornaram espaços marcados por ataques pessoais

e discursos misóginos, o que pode comprometer a efetividade da democracia digital como mecanismo de inclusão.

A “democracia digital” representa uma arena em disputa, onde se tensionam diferentes visões de mundo, interesses e lutas por reconhecimento. Sua consolidação como um instrumento de transformação democrática passa, necessariamente, por uma crítica ao uso excludente e violento das plataformas, e por políticas públicas e práticas institucionais que promovam a equidade de acesso, representação e segurança no ambiente digital.

1.3 Campanha Permanente, Capital Social e Capital Político

Importante conceito na comunicação política digital, a lógica da campanha permanente caracteriza-se por uma comunicação constante entre os políticos e seus eleitores, não restrita ao período eleitoral. Esse fenômeno, potencializado pelas redes sociais digitais, exige que as lideranças estejam permanentemente em visibilidade, alimentando suas plataformas com conteúdo que reforcem sua imagem pública, seu vínculo com a comunidade e sua atuação política.

Segundo Hugh Heclo (2000), a campanha permanente consiste em um padrão emergente de gestão política que transforma o ato de governar em uma extensão ininterrupta da campanha eleitoral. Trata-se de uma prática em que as fronteiras entre governar e fazer campanha se tornam tênues, dominadas por estratégias de comunicação, popularidade e cálculo político contínuo. Como descreve o autor:

Em seu sentido mais amplo, a campanha permanente é uma abordagem de governança que envolve esforços para usar técnicas de relações públicas e marketing político para governar, mantendo e gerenciando constantemente os índices de aprovação pública. A ênfase está em táticas de controle de mensagens, eventos encenados e pesquisas contínuas de opinião pública, tudo projetado para reforçar a imagem do líder e sustentar a vantagem política, em vez de promover a deliberação ou a resolução colaborativa de problemas (Heclo, 2000, p. 4).

Essa lógica introduz novas dinâmicas no processo de governança, deslocando o foco da construção de políticas públicas para a gestão da imagem e da aceitação popular. Governar, nesse modelo, torna-se um exercício permanente de sedução do público e de manutenção do capital simbólico.

Um exemplo notável desse fenômeno é o caso do ex-governador do Maranhão, Flávio Dino. Segundo Massuchin e Silva (2020), Dino utilizou o Twitter (atual X) não apenas

como ferramenta de prestação de contas, mas como instrumento contínuo de campanha. O estudo revela que:

Mesmo fora do período eleitoral, o Twitter de Flávio Dino se apresenta como uma extensão de sua campanha, com foco na construção de uma imagem de gestor competente, ético e próximo da população. Há uma combinação de postagens informativas, posicionamentos políticos e elementos simbólicos que reforçam sua atuação e capital político junto aos eleitores. (Massuchin; Silva, 2020, p. 9).

Essa atuação contínua nas redes sociais serve para alimentar e consolidar tanto o capital social – por meio do engajamento com a comunidade e da construção de confiança – quanto o capital político – ao fortalecer sua influência e projeção nacional.

Para as mulheres, essa dinâmica representa tanto uma oportunidade quanto um desafio. Por um lado, a campanha permanente permite romper barreiras tradicionais de acesso aos meios de comunicação, oferecendo canais diretos de interlocução com o eleitorado. Por outro, ela intensifica as exigências sobre as mulheres na política, que precisam gerir suas imagens em ambientes frequentemente hostis, onde são cobradas não apenas pela competência, mas também por aderirem a padrões sociais e estéticos baseados em expectativas de gênero.

Nesse contexto, o acesso ao capital social e ao capital político torna-se decisivo. Conforme Bourdieu (2007), o capital social refere-se à rede de relações, conexões e apoios que um indivíduo acumula, enquanto o capital político diz respeito ao reconhecimento, à influência e à legitimidade adquirida no campo político: “o capital político é uma forma de capital simbólico, reconhecido como legítimo, que só existe na e pela relação com um campo político específico [...] e se traduz pela capacidade de mobilização, influência e representação” (Bourdieu, 2007, p. 183). Essa perspectiva ajuda a compreender como a campanha permanente redefine o modo como lideranças políticas, especialmente mulheres, constroem e negociam sua presença no espaço público.

Sobre a questão herança política, Bourdieu (2020) apresenta sua ideia de “família”, afirmando que ela é “o lugar da confiança e da doação”. Porém, alerta o sociólogo que tal coletivo não é algo dado, mas sim uma construção social, em que os membros buscam manter sua unidade. Ou seja, a família não é algo que se sustenta em um ou em poucos, mas em todos os partícipes. O sujeito é a família como um todo e não um indivíduo. Ressalta ainda o autor (2020) que essa unidade é feita de acumulação e de transmissão, processos esses que precisam ser analisados de acordo com o volume e a estrutura dos capitais de cada um dos membros da família.

Partindo desse sentido, para esse trabalho, considerando as duas mulheres pesquisadas, é importante atentar que, ao entrar na esfera política, ambas usam os capitais políticos de seus maridos. É por isso que entender quem são eles e contextualizar suas trajetórias políticas é importante.

Outros dois autores também são importantes para a pesquisa, por se dedicarem à ideia de patrimônio político familiar. O primeiro deles é Jean-Louis Briquet que em *Uma história da família* (1992), diz que tal recurso é constituído por múltiplos bens, materiais e simbólicos. Além disso, assim como proposto por Bourdieu acima, cada membro da família é responsável pelo acúmulo e pela manutenção do patrimônio, além de serem todos herdeiros em potencial. Dito de outra forma: títulos escolares, cargos públicos obtidos, postos profissionais, recursos materiais, tudo isso é caracterizado como parte desse patrimônio.

Já Michel Offerlé, ao falar sobre parentesco, afirma que mesmo aquele que é vinculado à consanguinidade é um construto, já que "toda a filiação é produto de um trabalho de construção social" (Offerlé, 1993, p. 854) e que é impossível "ignorar os efeitos que essas construções produzem sobre os usos dos recursos propriamente familiares" (Offerlé, 1993, p. 855).

1.4 Arquétipos femininos em campanhas eleitorais

Mulheres que não possuem trajetórias políticas previamente consolidadas ou redes partidárias estruturadas enfrentam maiores barreiras para concorrer em igualdade de condições com os homens. Essas dificuldades se manifestam tanto na captação de recursos financeiros quanto na formação de alianças políticas, no acesso a espaços de poder dentro dos partidos e na visibilidade nas mídias tradicionais e digitais.

Adicionalmente, como observam Panke e Iasulaitis (2016), as mulheres precisam negociar constantemente sua presença no espaço político, muitas vezes recorrendo a estratégias discursivas que combinam atributos associados ao feminino — como cuidado, empatia e sensibilidade — com características valorizadas no campo político, como força, liderança e competência.

Nesse sentido, Panke (2016) identifica três arquétipos recorrentes na construção das candidaturas femininas, especialmente nas eleições municipais de 2020, como formas de adaptação às exigências da política competitiva contemporânea: a guerreira, a mãe e a gestora.

A figura da guerreira, em particular, representa uma candidata que constrói sua trajetória a partir da superação de obstáculos diversos, reafirmando sua presença na política como

fruto de esforço, resiliência e mérito pessoal. Conforme destacam as autoras, essa tipologia associa a candidata a uma mulher batalhadora, firme e determinada — alguém que “conquistou as coisas com esforço próprio” (Panke, 2016, p. 123). Essa narrativa é especialmente poderosa para mulheres que não possuem sobrenomes políticos, capital familiar ou vínculos partidários tradicionais, pois oferece uma alternativa simbólica para conquistar visibilidade e credibilidade no cenário eleitoral.

No campo prático, essa imagem é construída por meio de discursos que destacam experiências de vida marcadas por adversidades, como infância pobre, maternidade solo, exclusão social, violência de gênero, discriminação racial ou lutas comunitárias. Essas histórias são mobilizadas para reforçar a autenticidade da candidatura e estabelecer um elo emocional com os eleitores, que passam a enxergar a candidata como alguém que “veio de baixo” e compreende as dificuldades do povo. A guerreira, nesse sentido, não apenas enfrenta o sistema, mas o desafia com legitimidade conquistada na vivência cotidiana.

Além de funcionar como uma estratégia de empoderamento, a tipologia guerreira também responde de forma eficaz às críticas recorrentes às mulheres na política, frequentemente acusadas de inexperiência ou de dependência de figuras masculinas para ascender. Ao se posicionar como guerreira, a candidata rompe com essa lógica, apresentando-se como uma liderança autônoma, combativa e legítima. Como enfatiza Panke, trata-se de uma imagem que “mobiliza afetos e respeito, pois traz consigo a marca da resistência” (2016, p. 134).

No entanto, essa construção simbólica também impõe desafios. A mesma sociedade que admira a força da mulher guerreira pode, contraditoriamente, julgá-la como “dura demais” ou mesmo “masculinizada”, especialmente quando ela adota posturas mais firmes e assertivas. Isso evidencia o duplo padrão de julgamento que ainda pesa sobre as mulheres públicas, exigindo que elas equilibrem a combatividade com traços tradicionalmente associados ao feminino, como empatia, escuta e cuidado. Portanto, a candidata guerreira precisa operar em uma linha tênue entre a força e a afetividade, compondo um discurso que una legitimidade, competência e identificação emocional.

Outra imagem arquetípica recorrente nas campanhas femininas, segundo as autoras, é a da mãe, ou tipologia maternal. Essa representação visa conferir legitimidade e identificação à candidatura feminina, mobilizando elementos culturais profundamente enraizados na sociedade. A figura da mãe na política se ancora em atributos tradicionalmente associados ao femi-

nino, como o cuidado, a dedicação à família, a empatia e a preocupação com o bem-estar coletivo. Esses traços, quando estrategicamente mobilizados, podem ser convertidos em capital político, especialmente em contextos eleitorais locais (Panke; Iasulaiteis, 2016).

A imagem da mãe não se limita à maternidade biológica. Trata-se de um arquétipo ampliado, que pode incluir mulheres que não são mães no sentido literal, mas que assumem um papel simbólico de cuidado e proteção em suas comunidades. Como apontam as autoras, “a simbologia da mulher-mãe é uma estratégia potente porque está profundamente enraizada nos valores culturais latino-americanos” (2016, p. 136). Nesse modelo, a candidata é apresentada como alguém que cuida do outro, que se preocupa com os problemas cotidianos das pessoas e que entende as necessidades da população com base em sua vivência como mãe, esposa ou cuidadora.

Esse arquétipo costuma ser reforçado por meio de discursos que valorizam a experiência doméstica e comunitária da candidata. São comuns expressões como “sou mãe e sei o que é lutar pelos filhos” ou “quem cuida da casa sabe cuidar da cidade”, que visam transferir habilidades adquiridas no ambiente privado para o espaço público. A partir dessa lógica, a gestão política é concebida como uma extensão da gestão doméstica. Conforme observam as autoras, “a metáfora da casa para a cidade ou o país é uma ponte discursiva que legitima a entrada da mulher no campo político” (2016, p. 138).

Além disso, a tipologia maternal é frequentemente utilizada para neutralizar estereótipos negativos que associam a política a um ambiente corrompido e distante das necessidades reais da população. A candidata-mãe aparece como alguém “do bem”, honesta, confiável e próxima das pessoas. Seu compromisso com o coletivo é apresentado como extensão do cuidado com seus próprios filhos, o que pode gerar uma percepção positiva de empatia e integridade.

Contudo, assim como a tipologia guerreira, a imagem da mãe também impõe desafios e contradições. Por um lado, ela pode reforçar a noção de que o lugar da mulher é no âmbito privado, associado ao cuidado e à emoção, dificultando a atribuição de competências técnicas e de liderança política. Por outro, a candidata precisa evitar ser percebida como “boazinha demais” ou frágil, o que poderia comprometer sua autoridade e capacidade de gestão: “o uso exclusivo dessa imagem pode limitar o reconhecimento de habilidades técnicas e estratégicas, fundamentais no campo político” (2016, p. 144).

Dessa forma, as campanhas que adotam a tipologia maternal com mais eficácia são aquelas que conseguem equilibrar os atributos simbólicos da mãe com traços de competência,

firmeza e liderança. A candidata é, ao mesmo tempo, cuidadora e gestora, afetiva e decidida, próxima e preparada. Ao conjugar esses elementos, a imagem da mãe deixa de ser uma simples evocação afetiva e se transforma em um recurso estratégico capaz de conectar trajetórias pessoais e demandas políticas, sobretudo em contextos locais onde a relação direta com o eleitorado é fundamental.

Portanto, a tipologia maternal se mostra como uma das mais eficazes na política brasileira, especialmente em disputas municipais. Ela oferece uma narrativa de proximidade e cuidado que ressoa com os valores culturais da população, ao mesmo tempo em que permite à candidata se posicionar como figura pública legítima. Ao lançar mão desse arquétipo, as mulheres não apenas acessam o espaço político, mas também o ressignificam a partir de experiências e valores historicamente associados ao universo feminino.

A terceira imagem arquetípica identificada pela pesquisadora é a da profissional ou gestora. Diferentemente das tipologias guerreira e maternal, que se baseiam em valores ligados à superação pessoal ou ao cuidado, a candidata gestora constrói sua imagem a partir de uma lógica técnica, racional e voltada para resultados. Trata-se de uma figura que apresenta sua trajetória profissional e formação como principais ativos políticos, com o objetivo de demonstrar preparo, competência e capacidade administrativa.

Essa tipologia é frequentemente adotada por mulheres com histórico consolidado em áreas como administração, educação, saúde, direito ou serviço público. A campanha enfatiza diplomas, experiências em cargos de chefia e domínio de ferramentas de gestão. Como apontam as autoras, “a profissional/gestora busca se destacar como uma mulher qualificada, eficiente e preparada para administrar com seriedade e foco nos resultados” (Panke; Iasulaiteis, 2016, p. 150).

A candidata gestora geralmente adota uma estética mais sóbria e profissional nas peças de campanha, com roupas formais, discurso objetivo e foco em propostas concretas. Sua comunicação privilegia dados, metas e projetos, posicionando-se como alguém “menos política” e “mais técnica” — uma estratégia que responde a um eleitorado cético em relação à classe política tradicional. Nesse sentido, sua imagem é muitas vezes construída como uma alternativa ética e eficaz frente à corrupção e ao amadorismo percebido na política. Como destacam as autoras, “essa imagem se beneficia da valorização social da meritocracia e da racionalidade administrativa, especialmente em contextos de descrédito das instituições políticas” (2016, p. 153).

Entretanto, a adoção dessa tipologia também envolve dilemas. Ao assumir um discurso baseado na racionalidade e na técnica, a candidata gestora pode correr o risco de parecer distante ou fria, o que dificulta a conexão afetiva com o eleitorado. Além disso, o campo político ainda associa, com frequência, a competência técnica a uma figura masculina. Assim, mulheres que enfatizam esse perfil enfrentam o desafio de provar sua autoridade sem transgredir as normas de feminilidade esperadas socialmente: “é necessário que a candidata seja percebida como competente, mas também como acessível e humana — um equilíbrio difícil de alcançar” (Panke; Iasulaiteis, 2016, p. 157).

A imagem da gestora, portanto, tende a ser mais eficaz quando combinada com elementos afetivos ou comunitários, como a maternidade simbólica ou o engajamento social prévio. Essa combinação permite à candidata afirmar sua capacidade de liderança sem abrir mão da empatia e da conexão com as necessidades da população. Nas eleições de 2020, as campanhas bem-sucedidas que adotaram essa tipologia souberam incorporar uma narrativa de eficiência aliada ao compromisso ético, à escuta ativa e à sensibilidade social, respondendo de forma estratégica à complexidade do eleitorado contemporâneo.

A construção e a manutenção do capital político para as mulheres, portanto, passam necessariamente pela gestão de sua imagem pública de forma estratégica e pela ampliação de suas redes de apoio, tanto no meio *offline* quanto nas redes sociais digitais. A ausência ou a fragilidade desse capital resulta na marginalização de suas candidaturas ou em maiores dificuldades de permanência nos espaços de poder.

2. MULHERES NA POLÍTICA BRASILEIRA, MARANHENSE E LUDOVICENSE

2.1 Mulheres na Política Brasileira: Representatividade Feminina, Legislação, Cotas e Limites

A participação feminina na política brasileira é marcada por avanços lentos, tensionados por resistências históricas, culturais e institucionais, que limitam o acesso feminino aos espaços de decisão. A política no Brasil, desde sua formação, estruturou-se dentro de uma lógica patriarcal e excludente, onde a presença feminina foi, durante muito tempo, formal e simbolicamente negada (Sanchez, 2017; Leite; Gundim, 2019).

A conquista do voto feminino, efetivada em 1932 com o Código Eleitoral, representou uma das primeiras vitórias da luta feminista no país. Esse processo foi fruto da mobilização de organizações como a Federação Brasileira pelo Progresso Feminino (FBPF), liderada por Bertha Lutz, que articulou redes de mulheres em defesa do direito ao sufrágio e à cidadania política plena (Leite; Gundim, 2019).

Apesar desse marco, a inclusão formal das mulheres no processo eleitoral não se traduziu, imediatamente, em participação efetiva nos espaços de poder. Durante grande parte do século XX, a presença feminina na política brasileira foi tímida, fragmentada e condicionada a papéis sociais associados ao espaço doméstico e ao cuidado (Sanchez, 2017).

A partir da década de 1990, o Brasil passou a adotar políticas públicas específicas voltadas à promoção da igualdade de gênero na política. Um dos primeiros avanços nesse sentido foi a instituição da Lei nº 9. 100/1995, que estabeleceu a obrigatoriedade de os partidos destinarem 20% das candidaturas proporcionais para mulheres. Contudo, a redação original utilizava o termo “destinar”, o que permitiu brechas e o não cumprimento efetivo da medida, uma vez que as vagas às candidaturas femininas eram reservadas, mas não efetivamente preenchidas.

Diante da ineficácia, a legislação foi aprimorada pela Lei nº 9. 504/1997, que estabeleceu que cada partido ou coligação deveria preencher no mínimo 30% e no máximo 70% de candidaturas de cada gênero. Essa obrigatoriedade, embora tenha representado avanço, não foi suficiente para garantir a equidade no acesso aos mandatos, especialmente pela ausência de mecanismos rigorosos de fiscalização e pela prática recorrente de candidaturas fictícias, conhecidas como "laranjas" (Sanchez, 2017; Leite; Gundim, 2019).

Embora a quantidade de candidaturas femininas tenha crescido, isso não se converteu, de fato, em maior ocupação de cadeiras. Esse fenômeno revela as limitações das ações

afirmativas quando não estão acompanhadas de mudanças estruturais na cultura política e no funcionamento dos partidos. Sanchez (2017) reforça que muitos partidos burlam a legislação por meio das chamadas “candidaturas laranja”, registrando mulheres apenas para preencher o percentual mínimo exigido, sem oferecer estrutura, recursos ou apoio real para suas campanhas.

Gruneich e Cordeiro (2021) enfatizam que, apesar das cotas serem fundamentais, elas não são suficientes para corrigir sozinhas as desigualdades históricas. As autoras defendem que é necessário ampliar os mecanismos de fortalecimento das mulheres dentro dos partidos, garantindo financiamento equitativo, tempo de mídia e condições reais de disputa.

O fortalecimento das políticas de gênero na política brasileira ganhou novo fôlego nos anos 2000, com a criação da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres (SPM), vinculada à Presidência da República. A SPM foi responsável pela elaboração do Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM), que incluiu, entre suas diretrizes, a ampliação da participação feminina nos espaços de poder e decisão, bem como o enfrentamento à violência de gênero no campo político.

Além disso, em 2018, o TSE estabeleceu que 30% dos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) e do tempo de propaganda eleitoral gratuita deveriam ser destinados às candidaturas femininas. Essa medida resultou de forte mobilização de movimentos feministas e representou um importante avanço na tentativa de mitigar a histórica desigualdade no acesso a recursos eleitorais.

Ainda assim, como aponta Panke (2016) no livro *Campanhas eleitorais para mulheres: desafios e tendências*, os desafios enfrentados pelas mulheres em suas campanhas são expressivos. Além da dificuldade no acesso ao financiamento, há barreiras internas nos próprios partidos, pouca cobertura midiática, resistência cultural e episódios recorrentes de violência política de gênero. A autora destaca, por exemplo, que a violência de gêneros é manifesta tanto nas campanhas quanto no exercício dos mandatos, sendo caracterizada por agressões verbais, ameaças, difamações e tentativas constantes de deslegitimação das candidatas. Este fenômeno, que ganhou maior visibilidade nos últimos ciclos eleitorais, levou à criação do Observatório da Violência Política Contra a Mulher, em 2021, no âmbito do Senado Federal, com o objetivo de monitorar e combater esse tipo de violência.

Além das cotas e do financiamento proporcional, outras ações e políticas públicas foram sendo implementadas, como:

- O Programa Mulher e Democracia, desenvolvido pelo TSE, que realiza oficinas, seminários e cursos de formação política para mulheres em todo o país;

- A campanha “Mais Mulheres na Política”, promovida pela ONU Mulheres, em parceria com instituições brasileiras, que busca conscientizar a sociedade sobre a importância da representatividade feminina;
- A inclusão da temática de gênero no Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos, que propõe, entre outros pontos, o fortalecimento de uma cultura democrática baseada na igualdade.

Mesmo com esses avanços, os números ainda revelam uma profunda desigualdade. Segundo dados do TSE (2022), embora as mulheres representem 52, 65% do eleitorado brasileiro, ocupam apenas 17, 7% das cadeiras na Câmara dos Deputados, 13% no Senado Federal e 16% nas prefeituras do país. Este cenário evidencia que, embora a legislação brasileira tenha avançado na promoção da igualdade formal, os desafios da efetiva participação feminina permanecem estruturais e simbólicos.

Como destacam Barreira (2006) e Rabay (2010), os partidos políticos, principais vetores de acesso às disputas eleitorais, continuam sendo ambientes masculinizados, nos quais as mulheres enfrentam resistência, falta de incentivo e baixa priorização de suas candidaturas. Assim, a ampliação da participação feminina na política brasileira exige não apenas o fortalecimento das ações afirmativas já existentes, mas também uma transformação profunda nas culturas políticas, nas estruturas partidárias e na própria percepção social sobre os papéis de gênero.

Ainda no cenário nacional, é importante destacar trajetórias femininas que desafiam — em maior ou menor medida — a lógica patriarcal da política institucional brasileira. Figuras como *Luiza Erundina*, *Marta Suplicy*, *Dilma Rousseff*, *Marina Silva*, *Eliziane Gama e Conceição Evaristo* exemplificam diferentes caminhos de entrada e permanência das mulheres na política, revelando a complexidade da relação entre capital político, gênero e vínculos familiares.

Luiza Erundina, ex-prefeita de São Paulo e deputada federal, iniciou sua trajetória política por meio do ativismo social e da militância em movimentos populares, sem vinculação direta a figuras masculinas tradicionais do poder. Seu percurso evidencia que é possível a construção de uma carreira política baseada em atuação comunitária, engajamento ideológico e credibilidade individual, embora em um ambiente profundamente adverso.

Marta Suplicy, por sua vez, transitou entre o universo midiático e o político, tendo sido eleita prefeita de São Paulo e senadora. Sua trajetória é marcada pela visibilidade pública

conquistada anteriormente como psicóloga e apresentadora de televisão, o que lhe conferiu capital simbólico relevante, ainda que, inicialmente, alheio às redes políticas tradicionais. Também não se vinculou a um capital político masculino familiar¹, consolidando-se com base em sua própria atuação.

Dilma Rousseff, primeira mulher a ocupar a presidência da República no Brasil, construiu sua legitimidade política a partir da militância na juventude, da atuação técnica na gestão pública e da confiança do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sem vínculos com famílias tradicionais da política. Sua ascensão, embora impulsionada por alianças partidárias, representa um marco na história da representatividade feminina nacional, desafiando diretamente a lógica da hereditariedade política.

No campo das disputas simbólicas e das resistências estruturais, destaca-se *Conceição Evaristo*, cuja atuação política se dá principalmente por meio da literatura, do ativismo e da defesa dos direitos das mulheres negras. Embora ainda não tenha sido eleita para cargo público, sua candidatura ao Senado em 2018 por Minas Gerais foi um marco por explicitar as dificuldades enfrentadas por mulheres negras e periféricas para acessar o sistema político institucional. Seu capital político se baseia mais na legitimidade intelectual e na militância do que em alianças partidárias tradicionais.

Marina Silva, por sua vez, teve uma trajetória originada na militância socioambiental e sindical no Acre. Sua carreira política é construída com base em seu próprio capital simbólico e em sua atuação como ministra e candidata à presidência em três eleições consecutivas. Marina também não possui histórico de vínculos familiares com políticos, o que reforça sua trajetória de superação individual e resistência às estruturas excludentes.

Eliziane Gama, atualmente senadora pelo Maranhão, representa um caso híbrido. Embora sua trajetória política esteja assentada em bases religiosas, seu crescimento eleitoral foi impulsionado por alianças com lideranças masculinas do campo progressista, como o ex-governador Flávio Dino. Sua trajetória indica como o capital político pode ser compartilhado por meio de vínculos institucionais e partidários, ainda que não familiares.

Esses exemplos reforçam que, embora o capital político herdado por meio de vínculos com homens da família ainda seja uma via importante para a entrada de mulheres na política, existem trajetórias que se constroem por outros caminhos, com base na militância, na

¹ Marta Suplicy foi casada por mais de 30 anos com o também político Eduardo Suplicy, senador pelo Partido dos Trabalhadores (PT). No entanto, é importante frisar que sua trajetória política se consolidou de forma autônoma, sem depender diretamente do capital político do ex-marido.

atuação técnica, na visibilidade pública ou em alianças partidárias. Entretanto, é necessário reconhecer que esses percursos alternativos costumam exigir um esforço adicional das mulheres, que precisam negociar constantemente sua presença no campo político, driblando violências simbólicas, resistências culturais e estruturas de poder assimétricas (Bourdieu, 2007; Sanchez, 2017).

2.2 Mulheres na Política Maranhense

No Maranhão, assim como no restante do Brasil, a participação das mulheres na política é marcada por uma histórica sub-representação. Essa realidade é agravada por dinâmicas específicas da política maranhense, caracterizada pela predominância de práticas patrimonialistas, clientelistas e familiares, que estruturam e limitam o acesso das mulheres aos espaços de poder e decisão.

A política no estado mantém-se fortemente ancorada em estruturas familiares, redes de apadrinhamento e manutenção de capitais simbólicos e econômicos concentrados em grupos tradicionais. Esse contexto, segundo Mary Ferreira (2010; 2015), aprofunda as desigualdades de gênero e restringe a participação feminina a espaços marginais dentro dos próprios partidos e do sistema político. As mulheres são frequentemente recrutadas apenas para cumprir formalidades legais, como o preenchimento das cotas, mas sem a devida priorização em termos de recursos, visibilidade e apoio partidário.

O exemplo mais emblemático de superação pontual desse cenário foi a eleição de Roseana Sarney, a primeira mulher eleita governadora de um estado no Brasil. Contudo, sua trajetória está diretamente vinculada à reprodução do capital político familiar, sendo filha de José Sarney, uma das figuras mais influentes da política nacional. Seu caso, embora represente um avanço simbólico, não transformou estruturalmente o quadro de desigualdade na política maranhense, que segue sendo predominantemente masculino.

Dayana Costa (2011) aponta que, mesmo diante de legislações voltadas à inclusão — como as cotas de gênero e a destinação proporcional de recursos — a efetiva ocupação de espaços de decisão por mulheres ainda é muito restrita no estado. As mulheres costumam ser mais visíveis em áreas que reforçam os papéis de gênero tradicionalmente atribuídos ao feminino, como assistência social, saúde, educação e cultura. Já em comissões mais estratégicas,

ligadas à economia, finanças e planejamento, sua presença é quase inexistente. A autora também evidencia que poucas mulheres foram eleitas deputadas estaduais e federais no Maranhão, revelando um padrão persistente de exclusão.

Ao analisar as trajetórias de acesso ao Legislativo, observa-se a centralidade das relações familiares como porta de entrada à política institucional. Esse mecanismo de acesso, como indicado por Márcia Leite (2024), também se aplica aos homens, sendo uma estratégia de reprodução do poder político familiar em contextos de dominação patriarcal. Porém, o que se vê no Maranhão (o que talvez seja o padrão nacional), são cada vez mais esposas participando dos jogos políticos no estado.

Passado mais de uma década desde o estudo de Dayana Costa, verifica-se que essa lógica permanece. No Maranhão e em outros estados, as conexões familiares continuam sendo a principal via de inserção na política. Entre os deputados estaduais da atual legislatura, pelo menos dez possuem vínculos de parentesco com figuras políticas. No caso das mulheres, a maioria foi ou ainda é primeira-dama de municípios maranhenses, o que revela a centralidade do papel social da esposa no espaço político.

Esse padrão reforça a ideia de que, em contextos marcados pelo patriarcalismo político, a participação feminina segue condicionada à autorização masculina e a estruturas familiares consolidadas. Mesmo com avanços legais e simbólicos na direção da igualdade de gênero, o acesso real, efetivo e autônomo das mulheres aos espaços de poder permanece limitado e frequentemente invisibilizado. Patrícia Sousa (2021), Elthon Aragão e Kamila Sá (2023) observam que o acesso das mulheres ao sistema político local, em muitos casos, ocorre por meio de vínculos familiares com lideranças políticas consolidadas.

Tabela 1: Deputadas eleitas no Maranhão pós-ditadura militar

Ano	Deputadas estaduais eleitas
1982	Conceição Mesquita
1986	Conceição Andrade
1990	Marly Abdalla / Maura Jorge
1994	Marly Abdalla / Maria Aparecida Cardoso / Janice Braide
1998	Marly Abdalla / Maura Jorge / Janice Braide / Tereza Murad / Sandra Rodrigues / Maria Aparecida Furtado / Luzivete Botelho / Malrinete Valério
2002	Graça Paz / Maura Jorge / Janice Braide / Tereza Murad / Helena Heluy / Cristina Archer / Telma Pinheiro / Socorro Waquim
2006	Graça Paz / Maura Jorge / Cleide Coutinho / Eliziane Gama / Helena Heluy / Fátima Vieira / Graciete Lisboa
2010	Graça Paz / Valéria Macedo / Cleide Coutinho / Eliziane Gama / Francisca Primo / Gardeninha

2014	Graça Paz / Valéria Macedo / Andreia Murad / Ana do Gás / Francisca Primo / Nina Melo
2018	Detinha / Thaiza Hortegal / Cleide Coutinho / Ana do Gás / Andreia Resende / Daniella / Mical Damasceno / Helena Duailibe
2022	Fabiana Villar / Iracema Vale / Cláudia Coutinho / Ana do Gás / Andreia Resende / Daniella / Mical Damasceno / Edna Silva / Janaina Ramos / Solange Almeida / Viviane / Abigail
Ano	Deputadas federais eleitas
1990	Roseana Sarney
1994	Márcia Marinho
1998	Nice Lobão
2002	Nice Lobão / Terezinha Fernandes
2006	Nice Lobão
2010	Nice Lobão
2014	Eliziane Gama
2018	-
2022	Detinha / Amanda Gentil / Roseana Sarney

Fonte: Autoria própria.

A tabela acima apresenta todas as mulheres eleitas no Maranhão para o legislativo estadual e federal desde o período da reabertura democrática do Brasil. Apenas oito mulheres foram eleitas para o cargo de deputado federal no estado. Dessas seis venceram o pleito tendo como principal cabos eleitorais seus maridos, que já tinham vencidos disputas eleitorais anteriormente. Duas das citadas tiveram seus pais como principais ativos políticos (Roseana Sarney e Amanda Gentil). Apenas Eliziane Gama não contou com tal recurso em sua eleição em 2014. Com relação deputadas estaduais, considerando as três últimas eleições (2014, 2018 e 2022), das 26 eleitas no total, 21 tinham o capital político de seus maridos como principal trunfo de campanha. Dentre as outras cinco, temos duas filhas, duas sobrinhas e uma ligada ao mundo religioso.

Esse fenômeno reproduz uma lógica na qual o capital político é herdado, e não necessariamente construído por meio de trajetórias autônomas ou de inserção em movimentos coletivos. Assim, muitas mulheres que alcançam cargos eletivos na política local o fazem como extensão dos projetos políticos de seus maridos ou pais, reforçando a lógica patriarcal.

Esse padrão também se repete quando se observa a ocupação dos cargos de confiança na administração pública maranhense. De acordo com D'Araújo e Macedo (2018), embora exista uma tendência nacional de maior inserção das mulheres no serviço público, no Maranhão essa presença se dá majoritariamente em funções de apoio ou em áreas socialmente feminiza-

das, como assistência social, educação e saúde. Nos cargos com maior poder decisório, a participação feminina permanece reduzida, resultado de barreiras estruturais que atravessam tanto a cultura política quanto as práticas institucionais.

Apesar de avanços legislativos, como a Lei de Cotas, e do fortalecimento de agendas feministas no estado, a presença das mulheres nos espaços de poder no Maranhão ainda é frágil e frequentemente atravessada pela lógica da política como um negócio de família. Como observa Patrícia Sousa (2022), embora tenha havido uma ampliação numérica de candidaturas femininas e uma maior inserção de temas de gênero no debate público, esse avanço não se traduziu em uma ocupação proporcional de cadeiras legislativas ou postos de liderança no Executivo. A autora destaca que os resultados ainda são limitados, pois o crescimento da presença feminina não representa, necessariamente, o fortalecimento do poder das mulheres, sendo muitas vezes condicionado por dinâmicas tradicionais de apadrinhamento e parentesco político.

Esse cenário se reflete também nas eleições para a Assembleia Legislativa e para a Câmara Municipal de São Luís, onde as mulheres enfrentam maiores dificuldades na construção de candidaturas competitivas. Os dados reforçam essa percepção: nas eleições proporcionais, as mulheres formam cerca de um terço das candidaturas, mas a taxa de sucesso na eleição não ultrapassa 20% dos cargos disponíveis, revelando um funil de acesso profundamente desigual.

Por outro lado, observa-se também um movimento de resistência e de fortalecimento de redes femininas no estado. Movimentos de mulheres, organizações da sociedade civil e coletivos feministas vêm desempenhando um papel fundamental na formação, capacitação e apoio a pré-candidaturas femininas, bem como na luta contra a violência política de gênero. Um exemplo disso é a atuação da Procuradoria da Mulher da Assembleia Legislativa do Maranhão (ALEMA), que realiza atividades de formação política e articulação institucional em defesa dos direitos das mulheres maranhenses. Outro destaque é o Grupo de Mulheres Negras Mãe Andresa (GMNMA), organização com forte presença no estado que promove a mobilização política de mulheres negras e periféricas, ampliando o acesso à informação, à formação cidadã e à participação nos espaços de poder (Souza, 2018). No entanto, esse esforço ainda enfrenta resistências profundas dentro das estruturas partidárias e das culturas políticas locais.

Portanto, a participação das mulheres na política maranhense se dá em um contexto de tensões permanentes. Se, por um lado, existem avanços pontuais e simbólicos, por outro, persistem mecanismos de reprodução da desigualdade que dificultam a democratização efetiva dos espaços de poder. A análise desse cenário exige a compreensão da intersecção entre gênero,

capital político, estruturas familiares e cultura política local, que seguem operando como forças de contenção à plena participação feminina no Estado.

2.3 Mulheres na Política Ludovicense

No contexto de São Luís, capital do Maranhão, a participação feminina no Legislativo municipal também reflete, de forma contundente, um histórico de exclusão e invisibilidade. Desde o fim da ditadura militar até as eleições de 2024, apenas 19 mulheres foram eleitas vereadoras na cidade, o que revela um cenário de sub-representação crônica, considerando que a Câmara Municipal de São Luís possui 31 cadeiras. Este dado ilustra a dificuldade histórica das mulheres em romper as barreiras de acesso à política local, profundamente marcada por estruturas patriarcais e clientelistas.

Historicamente, a política ludovicense esteve ocupada majoritariamente por homens, com a participação feminina sendo tratada como exceção, muitas vezes associada à figura de lideranças masculinas — esposas ou filhas de políticos tradicionais. Essa realidade também é reflexo da cultura política maranhense, na qual a política é entendida como um espaço de reprodução familiar do poder, dificultando que mulheres, especialmente aquelas sem vínculos diretos com essas redes, construam trajetórias autônomas.

As primeiras vereadoras eleitas em São Luís começaram a ocupar esses espaços nas décadas de 1980 e 1990, como Lia Varela, Nazaré Carvalho, Helena Heluy e Simone Macieira. Mesmo assim, suas presenças foram mais simbólicas do que efetivamente representativas de uma mudança estrutural no perfil da Câmara. A partir dos anos 2000, observa-se um crescimento gradual, embora tímido, da participação feminina, com nomes como Rose Sales, Helena Castro, Bárbara Soeiro, Fátima Araújo e Concita Pinto conseguindo romper parte desse bloqueio.

Apesar disso, os dados das eleições municipais reforçam que, embora as mulheres representem cerca de 32% das candidaturas, a taxa de sucesso eleitoral não ultrapassa 19% dos assentos na Câmara, como evidenciado nas eleições de 2024. Essa discrepância aponta que o problema não está na disposição das mulheres em concorrer, mas sim nas estruturas que dificultam sua eleição: estrutura política patriarcal, acesso desigual a financiamento de campanha, menor visibilidade midiática, pouca prioridade partidária e persistência de estereótipos de gênero.

A tabela a seguir resume a presença feminina na Câmara Municipal de São Luís:

Tabela 2: Vereadoras eleitas no Maranhão pós-ditadura militar

Ano	Vereadoras eleitas
1988	Lia Varela, Nazaré Carvalho, Simone Macieira
1992	Nenhuma
1996	Helena Heluy
2000	Helena Castro
2004	Marília Lima Mendonça, Helena Castro
2008	Rose Sales
2012	Rose Sales, Helena Duailibe, Bárbara Soeiro, Luciana Mendes
2016	Fátima Araújo, Concita Pinto, Bárbara Soeiro
2020	Rosana da Saúde, Fátima Araújo, Concita Pinto, Silvana Noely, Karla Sarney
2024	Concita Pinto, Rosana da Saúde, Clara Gomes, Thay Evangelista, Flávia Berthier, Professora Magnólia

Fonte: Autoria própria.

Outro elemento relevante na política ludovicense também é a reprodução do modelo familiar de capital político, no qual mulheres ingressam na política como extensão dos projetos políticos de seus cônjuges ou parentes homens.

Nas eleições de 2024, esse padrão se confirma: das seis vereadoras eleitas, três possuem vínculos diretos com políticos tradicionais — Clara Gomes (esposa do deputado estadual Osmar Filho), Thay Evangelista (esposa do deputado estadual Neto Evangelista) e Karla Sarney, ligada a uma das famílias políticas mais tradicionais do Estado. Isso evidencia como o capital político familiar funciona como um atalho para romper, em certa medida, as barreiras impostas pela estrutura política local.

Por outro lado, também surgem candidaturas que rompem parcialmente com essa lógica. São exemplos disso Rosana da Saúde e Professora Magnólia, que constroem seus capitais políticos a partir de suas trajetórias profissionais, atuação comunitária e reconhecimento em seus territórios. No entanto, esses casos seguem sendo minoria, frente à prevalência das dinâmicas tradicionais de reprodução do poder.

Adicionalmente, é importante destacar que, mesmo quando eleitas, as mulheres enfrentam uma segunda barreira: a subvalorização e marginalização dentro do próprio legislativo. As mulheres vereadoras costumam ser alocadas em comissões consideradas "menos estratégicas"² ou associadas aos papéis de cuidado, como saúde, assistência social, educação e cultura. Dificilmente ocupam espaços centrais nas discussões sobre orçamento, planejamento urbano,

² Por exemplo, na legislatura 2021-2024, a vereadora Concita Pinto foi designada para presidir a Comissão de Defesa dos Direitos da Mulher — uma comissão importante, porém historicamente desvalorizada frente a espaços decisórios como orçamento, finanças ou planejamento urbano, majoritariamente ocupados por homens.

finanças ou desenvolvimento econômico, que seguem sendo espaços hegemonicamente masculinos.

A análise da eleição de 2024 também evidencia outro fenômeno relevante: a entrada de candidatas associadas à nova direita, utilizando discursos conservadores, moralistas e, muitas vezes, afastados das pautas feministas ou de gênero. Tal como as eleições de Mical Damasceno em 2018 e 2022, a eleição de Flávia Berthier em 2024 ilustra esse movimento, no qual a presença feminina na política não necessariamente se traduz em representação dos interesses das mulheres enquanto grupo social.

Apesar desse cenário de dificuldades, nota-se, nos últimos anos, um crescimento na organização de redes de apoio a candidaturas femininas, especialmente através de movimentos sociais, coletivos de mulheres, partidos progressistas e organizações da sociedade civil. Essas redes têm atuado na formação política, na elaboração de estratégias de comunicação, no enfrentamento da violência política de gênero e na busca por maior equidade nas disputas eleitorais.

Ainda assim, os desafios permanecem expressivos. A cultura política ludovicense ainda opera sob lógicas patriarcais, patrimonialistas e excludentes. As mulheres seguem precisando disputar não apenas votos, mas também espaços dentro dos próprios partidos, acesso a recursos, tempo de mídia e legitimidade no campo político.

3. A ELEIÇÃO MUNICIPAL EM SÃO LUÍS EM 2024

Antes de entrarmos no foco da pesquisa, ou seja, as estratégias de campanha digital de duas mulheres com forte capital político familiar, é importante traçar, de forma breve, o cenário político da capital. Apresentaram-se ao pleito para o executivo oito candidatos. Desde o início da campanha oficial, a disputa parecia uma corrida contra o tempo, com o atual prefeito, Eduardo Braide (PSD), com amplo favoritismo. Seu principal adversário, o deputado federal Duarte Júnior (PSB), não conseguia diminuir a diferença na intenção de votos. Braide foi reeleito com mais de 70% dos votos válidos. Ressalte-se que Duarte Júnior contou com o apoio do atual governador do Maranhão, Carlos Brandão (PSB). Eduardo Braide não apresentou grandes apoiadores durante a campanha. Para o que interessa neste estudo, cada uma das candidatas estava alinhada com um dos dois principais candidatos a prefeito: Clara Gomes esteve ao lado de Braide, enquanto Thay Evangelista com Duarte.

Apesar dessa baixa representatividade, em 2024, o cenário nas eleições municipais de São Luís apresentou avanços significativos em relação à representatividade feminina. Das 520 candidaturas registradas para a Câmara Municipal, cerca de 34% eram de mulheres, o que representou um aumento em relação ao pleito anterior. As seis eleitas configuram o maior número de mulheres³ que lograram êxito para o legislativo municipal da história de São Luís, superando as cinco de 2020.

3.1 Partidos Políticos e os apoios às candidaturas femininas

O apoio institucional dos partidos políticos é um dos elementos decisivos para a viabilização de campanhas eleitorais competitivas, sobretudo no caso das mulheres, que enfrentam maiores obstáculos estruturais para inserção na política institucional. Nas eleições de 2024 para a Câmara Municipal de São Luís, duas candidaturas femininas se destacaram por estarem diretamente ligadas aos dois principais postulantes ao executivo municipal, ainda que essa aliança não tenha sido amplamente explorada em suas campanhas digitais.

Clara Gomes, filiada ao Partido Social Democrático (PSD), esteve alinhada à candidatura de reeleição do prefeito Eduardo Braide (PSD), enquanto Thay Evangelista, integrante do União Brasil, apoiou o candidato Duarte Júnior (PSB), que, por sua vez, contava com o

³ O fato ganhou repercussão na mídia local. Disponível em <<https://imirante.com/noticias/sao-luis/2024/10/08/ipo-litica-aumenta-a-representatividade-feminina-na-camara-de-sao-luis/>>. Acesso em 20/06/2025.

respaldo do governador Carlos Brandão. Apesar desse alinhamento político, ambas as candidatas optaram por uma campanha digital centrada em suas imagens pessoais e nos vínculos familiares, evitando a utilização massiva das figuras dos candidatos a prefeito como ferramenta estratégica.

Será demonstrado na análise das publicações realizadas no Instagram durante o período oficial de campanha, Clara Gomes mencionou Eduardo Braide em apenas três de suas 86 postagens, enquanto Thay Evangelista não apresentou qualquer menção direta a Duarte Júnior em suas 79 publicações. Esse dado sugere uma escolha deliberada de ambas as campanhas por enfatizar outras formas de capital político, especialmente o familiar e o simbólico, em detrimento do capital institucional partidário ou da figura dos cabeças de chapa.

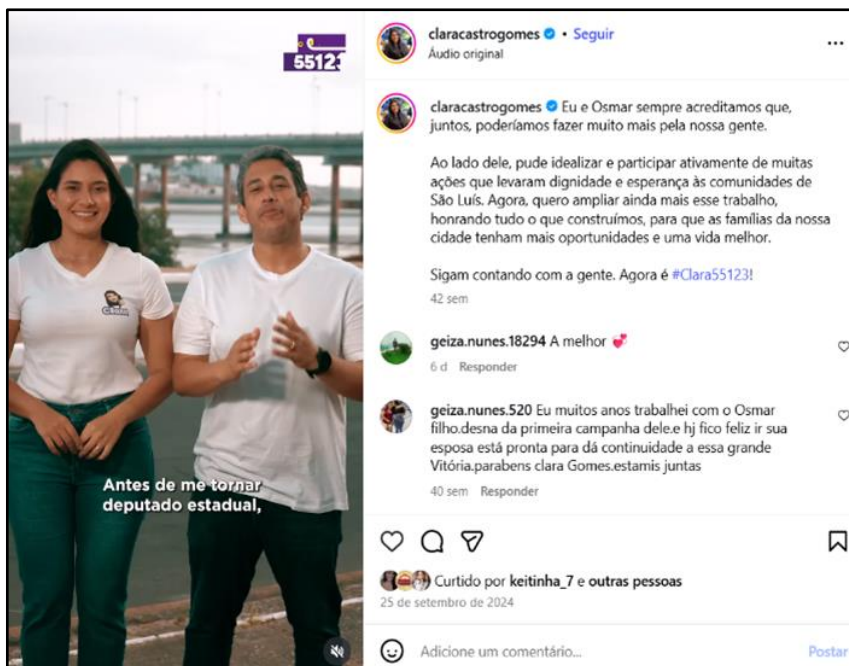
Tal estratégia pode ser interpretada como uma tentativa de construir uma imagem de autonomia política, ao mesmo tempo em que se beneficia, de forma implícita, das alianças estabelecidas com figuras masculinas influentes. No caso de Clara Gomes, embora haja filiação e alinhamento com o PSD de Braide, o capital político mais explorado foi o de seu esposo, o deputado estadual Osmar Filho. Já Thay Evangelista, mesmo integrada a um partido de grande expressão nacional e associada a Duarte Júnior, priorizou a mobilização do apoio simbólico de seu marido, o também deputado estadual Neto Evangelista.

Figura 01: Neto Evangelista em apoio a Thay Evangelista



Fonte: Instagram da candidata Thay Evangelista

Figura 02: Osmar Filho em apoio a Clara Gomes



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

Esses elementos revelam que, para além da filiação partidária e dos apoios públicos de lideranças, as duas candidaturas analisadas acionaram estratégias comunicacionais centradas no capital político familiar como principal ativo eleitoral. Como apontam Panke (2016), a relação das mulheres com os partidos políticos é marcada pela “baixa prioridade na alocação de recursos financeiros, materiais e simbólicos, a descontinuidade do apoio partidário e a invisibilização nas estratégias eleitorais da legenda” (p. 72). Esse padrão se repete no cenário ludovicense, onde o suporte partidário formal nem sempre se traduz em apoio efetivo durante o pleito.

Nesse sentido, embora Clara Gomes e Thay Evangelista integrassem partidos que ocupavam posição de destaque na disputa municipal, suas campanhas refletem os limites do apoio institucional à participação feminina. A ausência de referências expressivas aos líderes majoritários nas postagens de campanha indica uma dupla tensão: de um lado, a tentativa de não subordinar suas imagens às figuras masculinas dos candidatos a prefeito; de outro, a necessidade de recorrer a outras formas de legitimação eleitoral, sobretudo aquelas fundadas nos vínculos familiares e conjugais.

3.2 Maridos cabos eleitorais: Osmar Filho e Neto Evangelista

Uma vez que se compreende que os principais cabos eleitorais de Clara Gomes e Thay Evangelista foram seus respectivos maridos, é fundamental destacar que esse padrão não

é novo na política ludovicense. Como demonstra Leite (2024), em sua análise sobre a Câmara Municipal de São Luís, a presença de mulheres no parlamento tem se dado, majoritariamente, por meio de relações de parentesco com figuras masculinas já estabelecidas na política local. A autora observa que:

O capital político herdado via vínculos conjugais e familiares se consolida como uma das principais formas de acesso das mulheres ao Legislativo de São Luís, sobretudo quando esse capital é reforçado por nomes com forte densidade eleitoral e atuação orgânica no sistema político local (Carvalho, 2024, p. 72).

Essa dinâmica se repete nas eleições de 2024: Clara Gomes é esposa do deputado estadual Osmar Filho, ex-presidente da Câmara Municipal e figura amplamente conhecida no cenário político local. Já Thay Evangelista é esposa do deputado estadual Neto Evangelista, também com trajetória consolidada no parlamento maranhense⁴. A associação a esses nomes não apenas oferece respaldo simbólico, mas facilita o acesso a redes políticas, recursos eleitorais e espaços de visibilidade, funcionando como verdadeiro atalho estrutural à política institucional. Saber quem são esses homens, compreender suas trajetórias políticas, é essencial para entender o papel decisivo que desempenharam no fortalecimento das campanhas de suas esposas.

Osmar Filho é formado em Direito, atualmente filiado ao Partido Democrático Trabalhista (PDT). Sua primeira vitória eleitoral ocorreu em 2008, quando, aos 21 anos, foi eleito o mais jovem vereador da história de São Luís. Reeleito em 2012 e 2016, obteve novamente a maior votação em 2020. Em 2022, foi eleito deputado estadual com mais de 50 mil votos. Durante sua presidência na Câmara Municipal, consolidou-se como uma das principais lideranças políticas da capital, com destaque em temas como empreendedorismo e mobilidade urbana. Importante ressaltar que Osmar Filho não é herdeiro direto de um capital político familiar tradicional — sua trajetória é construída de forma autônoma dentro do sistema político.

Já *Neto Evangelista*, também formado em Direito e filiado ao União Brasil, iniciou sua carreira política em 2010, aos 22 anos, quando foi eleito deputado estadual com 46 mil votos, tornando-se o mais jovem presidente da Assembleia Legislativa do Maranhão. Exerceu o cargo de Secretário de Estado do Desenvolvimento Social durante o governo Flávio Dino e, em 2020, concorreu à prefeitura de São Luís, obtendo expressiva votação. Neto é filho de João

⁴ Neto Evangelista é o atual líder do governo do Estado na Assembleia Legislativa.

Evangelista, que foi deputado estadual por quatro mandatos (1995–2010) e presidente da Assembleia Legislativa entre 2005 e 2009, o que evidencia um legado político familiar consolidado.

Ambos os deputados possuem grande influência no cenário político estadual e contam com bases eleitorais robustas, que foram mobilizadas durante as campanhas de suas esposas. Como aponta Leite (2024), essas campanhas femininas, fortemente sustentadas pelo capital político familiar, ganham visibilidade e legitimidade eleitoral ao se apoiarem nas trajetórias consolidadas de seus companheiros. Contudo, esse tipo de acesso impõe também restrições. Como observa a autora:

Ao mesmo tempo em que viabiliza a entrada das mulheres no parlamento, a mediação masculina reforça estereótipos de subordinação, sugerindo que a mulher está na política por extensão do poder de seus maridos ou pais, e não por mérito próprio ou mobilização autônoma (Leite, 2024, p. 74).

Dessa forma, embora Clara Gomes e Thay Evangelista tenham conduzido campanhas digitais com discursos de autonomia e vocação para o serviço público, o papel desempenhado por seus maridos nas articulações políticas e no capital simbólico das campanhas evidencia que os vínculos familiares continuam sendo uma peça-chave na equação eleitoral feminina, especialmente em contextos marcados pelo patrimonialismo político e pela desigualdade de gênero, como é o caso de São Luís.

3.3 O perfil (digital) da candidata Clara Gomes

A presença digital da candidata Clara Gomes, nas eleições de 2024, revela a construção de uma imagem pública fundamentada em elementos emocionais, religiosos e familiares. Sua primeira publicação de pré-campanha, feita dias antes do registro oficial da candidatura, já estabelece os principais marcos de sua identidade política: maternidade, fé, vocação para o serviço público e vínculo familiar com uma liderança política masculina. Em seu vídeo de apresentação, a candidata declara:

Meu nome é Clara, eu tenho 32 anos, sou mãe, mãe de 2 meninos, do Osmar Neto, que tem 9 anos e do João Pedro de 7 anos, sou advogada, empreendedora e sou também esposa do deputado Osmar. Hoje de uma forma muito mais clara eu consigo compreender o propósito que eu tenho, a missão que Deus me concedeu aqui na terra. E eu tenho a certeza que a missão é a de servir, servir as pessoas, estar à disposição delas, ouvindo, agindo sempre com uma escuta ativa, olhando nos olhos e compreendendo de verdade quais são as necessidades. Pra que a partir daí a gente consiga construir um futuro cada vez melhor pra nossa cidade.

Esse discurso inaugura o tom da campanha e posiciona Clara Gomes dentro do arquétipo da candidata maternal, tal como identificado por Panke (2016). Segundo a autora, essa tipologia se caracteriza pela ênfase em atributos tradicionalmente associados ao feminino, como o cuidado, a empatia, a dedicação à família e a capacidade de escuta, transformados em capital político. A candidata constrói sua imagem a partir da vivência como mãe, esposa e mulher religiosa, utilizando esses elementos simbólicos como instrumentos de conexão afetiva com o eleitorado.

Além disso, ao se apresentar como “servidora” por vocação e como alguém que compreende as necessidades das pessoas “olhando nos olhos”, Clara Gomes articula uma comunicação voltada à afetividade e à proximidade, pilares centrais da tipologia maternal. A menção explícita à maternidade e ao casamento com o deputado estadual Osmar Filho também contribui para o fortalecimento de seu capital político simbólico e familiar, recurso frequentemente mobilizado por candidatas em contextos marcados por desigualdades de gênero e patrimonialismo político.

Ao assumir essa identidade, Clara Gomes constrói uma candidatura legitimada não apenas por suas credenciais profissionais, mas por valores e experiências que remetem ao cuidado e à gestão cotidiana da vida — elementos que geram identificação junto ao eleitorado, sobretudo em eleições locais.

Durante o período oficial da campanha, Clara Gomes realizou **86 publicações** em sua conta no Instagram, consolidando uma presença digital ativa e cuidadosamente estruturada. O conteúdo dessas postagens foi marcado por narrativas que enfatizavam a continuidade de um trabalho social prévio — como a coordenação do Projeto Viver Bem, realizado há mais de 10 anos no bairro do São Francisco, com financiamento do deputado Osmar Filho. O projeto promove saúde e bem-estar por meio de aulas de zumba e funcional, atendendo especialmente mulheres da comunidade. A valorização de ações como essas foi frequente nas publicações e reforça a dimensão cuidadora da candidatura.

A escolha de palavras como “vocação”, “missão”, “amor”, “propósito” e “força” aponta para uma estratégia discursiva baseada na ética do cuidado e no compromisso afetivo com a comunidade, o que é recorrente em campanhas femininas, conforme analisam Panke e Iasulaitis (2016). Essa abordagem fortalece uma imagem de mulher acessível, acolhedora e espiritualizada — características comumente atribuídas às mulheres no espaço privado e que, no contexto político, funcionam como recursos de legitimidade. O uso recorrente de imagens

com os filhos, em atividades comunitárias e ao lado de outras mulheres também reforça essa identidade visual.

O slogan da campanha, “*Clara é nossa força*”, reforça essa identidade de proximidade, sensibilidade e comprometimento com a coletividade. A escolha da palavra “nossa” sugere um vínculo afetivo e comunitário entre a candidata e o eleitorado, típico da representação maternal ampliada, na qual a mulher se apresenta como cuidadora da cidade, como alguém que conhece os problemas do povo por vivê-los ou escutá-los no dia a dia. Nesse sentido, a força evocada pelo slogan não é de confronto ou embate político direto — como na tipologia guerreira —, mas uma força emocional, baseada na empatia, na dedicação e no compromisso moral.

Figura 03: Clara Gomes falando sobre a vocação de cuidar



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

Essa afirmação acima, contida em uma de suas publicações, reforça a construção da imagem de uma mulher movida por um chamado ético e pessoal para servir, o que remete à noção de vocação materna para o cuidado social. Ao utilizar termos como “trabalhar pelas pessoas” e “forma mais permanente”, Clara Gomes mobiliza uma narrativa de continuidade, entrega e dedicação — valores culturalmente associados ao papel das mulheres na esfera privada, especialmente na família, mas aqui transpostos ao espaço público da política.

Esse tipo de discurso funciona como uma estratégia legítima de entrada na política institucional, especialmente em contextos nos quais o vínculo emocional entre candidato e eleitor é fundamental: “A metáfora da casa para a cidade ou o país é uma ponte discursiva que legitima a entrada da mulher no campo político” (Panke, 2016, p. 138).

A candidata apresenta sua trajetória como um prolongamento do cuidado que exerce no espaço doméstico — como mãe e esposa — para o coletivo — como futura vereadora. Essa construção discursiva busca não apenas inspirar confiança e proximidade, mas também projetar sua imagem como alguém naturalmente preparada para zelar pela comunidade, consolidando, assim, sua legitimidade política com base em valores simbólicos e afetivos profundamente enraizados na cultura política brasileira.

Esses elementos se evidenciam de forma exemplar em duas postagens publicadas durante o período oficial de campanha. A primeira delas, datada de 5 de outubro de 2024, mostra Clara Gomes abraçada a uma mulher idosa em uma rua simples da periferia da cidade, com a legenda: “*Para um novo tempo que já vai chegar*”. O enquadramento fotográfico reforça a intimidade e o afeto presentes na cena, que não apenas humaniza a candidata, mas a apresenta como alguém que, emocionalmente, pertence ao mesmo espaço que a população mais vulnerável. A legenda da publicação também é marcada por referências à fé e à gratidão divina: “Até aqui Deus tem nos ajudado. Obrigada, meu Deus!”, escreve a candidata, ao lado de *emojis* de oração. Essa associação entre fé, proximidade popular e gesto afetivo com uma senhora simbolicamente maternal reforça o arquétipo da “mulher-mãe cuidadora”, que funciona como elo entre a vivência privada e a atuação pública.

Figura 04: Postagem voltada a afetividade e à proximidade com o povo e com Deus



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

Na postagem do dia 3 de setembro de 2024, Clara aparece sorridente, abraçando uma mulher que segura uma cesta básica, acompanhada da frase: *“Entrar na política não estava nos meus planos... Até entender que eu já estava fazendo política a vida toda”*. A imagem traz, ao fundo, uma foto da candidata ainda criança, estabelecendo uma linha do tempo afetiva entre o passado e o presente, sugerindo que seu comprometimento com as causas sociais não é recente, mas enraizado em sua formação. Trata-se de uma narrativa de trajetória que evoca uma política orgânica e sensível, próxima da realidade das mulheres comuns. Como afirmam Finamore e Carvalho (2006), esse tipo de recurso visual e discursivo busca legitimar a participação feminina na política por meio de experiências de vida e cuidado, convertendo vivências privadas em capital político legítimo: “A experiência vivida pelas mulheres no espaço privado é reelaborada no espaço público como prova de competência e sensibilidade política” (Finamore; Carvalho, 2006, p. 113).

Figura 05: Clara Gomes e atos de cuidado



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

As postagens exemplificam, portanto, a maneira como Clara Gomes mobiliza a tipologia maternal em sua estratégia digital. Em ambas, o corpo da candidata aparece em gestos afetivos (abraços, contato visual, sorrisos) e inserido em contextos populares e femininos - mulheres idosas, moradoras de comunidades periféricas - reforçando a noção de uma campanha guiada pela escuta, pela presença e pela empatia. Esse recurso não apenas constrói uma imagem pública afetiva e acolhedora, mas também fortalece a percepção de que a candidata compartilha da mesma vivência, fé e desafios que seu eleitorado — especialmente o feminino.

Esse tipo de construção simbólica é fundamental em candidaturas femininas em que a legitimidade não decorre apenas de cargos ou filiação partidária, mas da “capacidade de traduzir o cotidiano das mulheres em agenda política, assumindo-se como cuidadora da cidade e da comunidade” (Panke; Iasulaitis, 2016, p. 19). Nas imagens analisadas, Clara não se posiciona como técnica ou gestora no sentido clássico do termo, mas como uma mulher que “já estava fazendo política a vida toda”, ou seja, como uma agente política pela prática do cuidado.

As postagens não apenas ilustram a coerência entre imagem e discurso na campanha de Clara Gomes, mas demonstram como o arquétipo da maternidade é atualizado nas redes sociais como estratégia de comunicação política. Ao mesmo tempo em que se mostra acolhedora e espiritualizada, a candidata assume um papel ativo e engajado, fazendo do afeto e da escuta instrumentos de ação política — estratégia que tem se mostrado eficaz, especialmente em disputas locais marcadas por relações de confiança pessoal.

3.4 O papel do marido como cabo eleitoral: Osmar Filho na campanha de Clara Gomes

A campanha digital de Clara Gomes para a Câmara Municipal de São Luís em 2024 foi marcada pela forte presença do capital político familiar do marido, o deputado estadual Osmar Filho. Embora a candidata tenha buscado construir uma imagem baseada na vocação individual, na proximidade com o eleitorado e na espiritualidade, o apoio do cônjuge — com trajetória consolidada na política maranhense — revelou-se visível e determinante. Das 28 postagens em que o deputado aparece, 14 foram realizadas em formato de colaboração (*collab*) entre os perfis da candidata e do esposo, evidenciando uma estratégia deliberada de associação simbólica. Essas publicações materializam a aliança conjugal como ativo eleitoral, sugerindo que o prestígio masculino funciona como um selo de validação antecipada da candidatura feminina, reforçando a lógica da transferência de capital político no interior das campanhas.

Na postagem de 5 de outubro de 2024, Clara e Osmar aparecem lado a lado, com expressões serenas e cores vibrantes que remetem à identidade visual da campanha. O texto “O que fiz como vereador, Clara vai fazer muito mais!” é uma declaração explícita de endosso político. Aqui, Osmar cede não apenas sua imagem, mas sua trajetória como ex-vereador de destaque, legitimando a candidatura da esposa como continuidade de um trabalho já reconhecido. Trata-se de um claro uso do capital político para projetar confiança no eleitorado, especialmente entre os que já votaram em Osmar no passado.

Figura 06: Postagem conjunta Osmar Filho e Clara Gomes



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

Em muitas campanhas femininas, a força dos vínculos familiares substitui — ou compensa — a ausência de apoio institucional partidário. O cartaz revela essa lógica ao mostrar Clara “herdando” simbolicamente a experiência de Osmar, sem necessidade de justificativas adicionais sobre sua própria qualificação.

Em outro conteúdo postado em vídeo, Osmar Filho fala diretamente com os eleitores, declarando que Clara “vai ser melhor do que ele”. A linguagem corporal e o tom emocional da fala sugerem uma combinação entre afeto conjugal e respeito político. Essa postagem é ainda mais significativa por colocar o marido como o porta-voz principal da campanha, invertendo momentaneamente os papéis tradicionais: é ele quem pede votos por ela.

Figura 07: O patrimônio político familiar verbalizado pelo conjugue Osmar Filho



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

Segundo Finamore e Carvalho (2006), a mediação masculina é um dos mecanismos mais recorrentes para validar publicamente candidaturas femininas em estruturas políticas conservadoras. Ao se posicionar como mentor e defensor da esposa, Osmar assume o papel de fiador político de Clara — um cabo eleitoral de confiança, capaz de transferir simbolicamente parte de sua autoridade.

Neste registro de campanha de rua abaixo, o casal aparece celebrando com apoiadores em um carro de som.

Figura 08: Postagem que reforça parceria e continuidade do trabalho do marido



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

Essa estética de casal político reforça a ideia de parceria, solidariedade e continuidade. De acordo com Panke e Iasulaitis (2016), a figura da esposa que recebe apoio direto do marido se encaixa em um tipo de campanha que legitima a mulher no espaço público a partir de sua atuação no privado (como esposa, mãe e cuidadora). Osmar, ao estar ao lado de Clara nas ruas, reposiciona essa lógica: ele não apenas “autoriza” sua presença, mas compartilha o protagonismo.

Os três conteúdos analisados não deixam dúvidas sobre o protagonismo de Osmar Filho como cabo eleitoral da esposa. Ao mesmo tempo em que Clara tenta construir uma narrativa de vocação, espiritualidade e compromisso com o cuidado (seção 3. 3), sua campanha recorre constantemente à autoridade masculina para reforçar sua viabilidade eleitoral.

Essa dualidade — entre empatia e herança política — é um traço recorrente em campanhas de mulheres em contextos patriarcais, como mostra a literatura sobre gênero e política no Brasil. A presença do marido, portanto, não é apenas afetiva ou decorativa: ela é estruturante, simbólica e eleitoralmente estratégica.

3.5 As Cores na Construção da Identidade Visual de Clara Gomes

As cores desempenham um papel estratégico na comunicação política, sobretudo em campanhas digitais voltadas à mobilização emocional e à construção de uma identidade visual coerente. No caso da candidata Clara Gomes, a análise das postagens em sua conta oficial do Instagram revela uma paleta cromática marcada por tons vibrantes de roxo, amarelo e branco, com destaque pontual para o laranja — presente, por exemplo, na vestimenta utilizada em seu vídeo de pré-campanha.

Figura 09: Sequência de postagens da candidata



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

O *roxo* é a cor predominante em sua campanha. Utilizado como fundo em artes gráficas, elementos textuais e no próprio slogan, o roxo é frequentemente associado à espiritualidade, à sabedoria e ao poder simbólico. No campo político, essa cor é comumente acionada por campanhas femininas, devido à sua vinculação histórica ao feminismo e à luta das mulheres por igualdade de direitos. Ao adotá-lo, Clara não apenas se alinha a uma estética tradicionalmente ligada às pautas de gênero, como também reforça sua imagem de mulher forte, sensível e conectada a valores de cuidado e transformação social.

O *amarelo* aparece como cor complementar nas postagens, geralmente utilizado para destacar palavras-chave em textos de apelo emocional e vocacional — como “trabalhar pelas pessoas” ou “forma mais permanente”. Tal escolha acentua o tom de positividade e dinamismo da campanha. Associado à luz, à esperança e à empatia, o amarelo suaviza a linguagem e favorece a identificação com o público.

O *branco* funciona como base em camisetas, cenários e legendas, sugerindo simplicidade, clareza e transparência — valores reforçados no próprio slogan da campanha: “Clara é nossa força”, frequentemente apresentado com fonte branca sobre fundo roxo. Já o *laranja*, embora menos recorrente, é utilizado estrategicamente — como na camisa usada no vídeo de apresentação — para evocar proximidade, entusiasmo e conexão com o público jovem e popular.

Um dado relevante que se destaca nessa composição visual é a ausência total de referências cromáticas ao partido ao qual a candidata é filiada, o Partido Social Democrático (PSD). A sigla utiliza, em sua identidade visual oficial, as cores azul, verde e branco. No entanto, nenhuma dessas cores foi incorporada à estética da campanha de Clara Gomes. Essa escolha revela um movimento intencional de afastamento da marca partidária em prol da construção de uma identidade pessoal e afetiva. Em vez de se posicionar visualmente como representante do PSD, a candidata projeta uma imagem ancorada no arquétipo da mulher cuidadora, maternal e espiritualizada — em linha com sua narrativa de vocação e serviço.

Essa decisão de não incorporar as cores do partido fortalece a percepção de que Clara não mobilizou o capital institucional da sigla como elemento central da campanha, mas priorizou outras formas de legitimação — sobretudo o capital familiar e simbólico vinculado ao seu marido, o deputado estadual Osmar Filho. Muitas mulheres candidatas enfrentam uma relação fragilizada com os partidos, com baixa visibilidade interna e pouca priorização de suas campanhas, sendo, portanto, levadas a construir estratégias alternativas de fortalecimento político, centradas em vínculos pessoais, familiares ou religiosos.

Apesar dessa desvinculação simbólica e estética com a legenda, Clara Gomes recebeu R\$ 400 mil oriundos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), segundo dados da plataforma *DivulgaCand Contas*⁵, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Esse dado aponta para uma contradição nas campanhas femininas no Brasil: mesmo quando as mulheres

⁵Disponível em <<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/NORDESTE/MA/2045202024/100002092791/2024/09210/>>. Acesso em 15/05/2025.

conseguem acessar recursos financeiros relevante via partidos, isso não necessariamente se traduz em alinhamento programático, visibilidade partidária ou construção de identidade política institucional.

Em consonância com Finamore e Carvalho (2006), que discutem como o discurso de gênero é mediado por elementos visuais e simbólicos no campo da comunicação política, a construção da imagem de Clara Gomes nas redes sociais reflete uma estratégia de performance cuidadosamente moldada para gerar identificação afetiva, sobretudo junto a eleitoras mulheres e segmentos religiosos. Sua identidade visual reforça elementos do cuidado, da fé e da proximidade como instrumentos de legitimação e empatia, articulando um discurso vocacional com um design emocionalmente eficaz.

3.6 O perfil (digital) da candidata Thay Evangelista

Thay Evangelista construiu sua trajetória como empreendedora social voltada ao fortalecimento feminino, liderando projetos de impacto direto na vida de mulheres maranhenses. Entre suas principais iniciativas destacam-se o movimento “Somos Mara”⁶, que atuou no resgate da autoestima e identidade feminina; o programa “Acelera Mermã”⁷, voltado à capacitação em gestão de negócios e inteligência emocional; o “Bazar da Thay”, espaço para exposição e venda de produtos por microempreendedoras; e o “Empreende Mermã”, programa que capacitou mais de 100 mulheres, inicialmente na área de confeitaria, com expansão para diversos setores do pequeno empreendedorismo.

Sua atuação nas redes sociais durante a campanha de 2024 revela um perfil marcadamente profissional, conforme a tipologia apresentada por Luciana Panke (2016), que caracteriza esse arquétipo como aquele em que “a candidata se apresenta como alguém altamente capacitada, racional e competente, capaz de assumir responsabilidades administrativas e legislativas” (p. 149).

As postagens no Instagram demonstram forte ênfase em sua trajetória de impacto social e empreendedorismo feminino, mobilizando discursos de empoderamento, independência e sororidade. O conteúdo é organizado, com estética limpa, vocabulário assertivo e com

⁶Disponível em <<https://www.cmsaoluis.ma.gov.br/vereadores/thay-evangelista>>. Acesso em 04/07/2025.

⁷Disponível em <<https://oimparcial.com.br/noticias/2024/11/entrevista-com-thay-evangelista-trabalho-com-foco-na-populacao-de-sao-luis/>>. Acesso em 05/07/2025.

apelo ao mérito, ao esforço e à dedicação como vias legítimas de reconhecimento e conquista política.

Em uma das postagens analisadas, Thay aparece discursando em tom motivacional, utilizando elementos do universo do empreendedorismo, como "ação", "visão", "coragem", e destacando a importância das mulheres ocuparem espaços de decisão. Esse tipo de conteúdo reforça o arquétipo da "Profissional", pois apresenta a candidata como gestora eficiente e protagonista de sua própria história de sucesso.

Figura 10: Postagem da candidata Thay Evangelista que ressalta arquétipo profissionalismo



Fonte: Instagram da candidata Clara Gomes

Outro exemplo relevante é a publicação em que Thay fala sobre sua relação com Deus, indicando que seu engajamento político está atrelado a valores espirituais. Ainda assim, o foco não se desloca para um perfil "maternal" ou "guerreira", pois o discurso espiritual está a serviço da construção de uma imagem ética, séria e confiável – qualidades frequentemente associadas ao perfil profissional. Na imagem, observa-se ao fundo fotografias em que ela aparece com o marido, o que sutilmente reforça o aparato político familiar como elemento de legitimidade e continuidade.

Figura 11: Discurso da candidata Thay Evangelista que reforça capacidade técnica



Fonte: Instagram da candidata Thay Evangelista

Na imagem 3, observa-se a presença de público em eventos e atividades de formação, com destaque para as mulheres beneficiadas pelos programas que ela coordenou. Essa estratégia de comunicação reforça sua autoridade técnica e legitimidade social, ampliando sua visibilidade não apenas como esposa de político tradicional, mas como figura autônoma e articuladora de políticas públicas informais.

Figura 12: Discurso da candidata que ressalta a tipologia profissional e legitimidade social



Fonte: Instagram da candidata Thay Evangelista

A combinação entre uma estética cuidadosamente elaborada, narrativas que unem experiência prática e visão de futuro, e uma linguagem que comunica competência e liderança, insere Thay Evangelista na tipologia da profissional, com forte apelo à representatividade feminina ancorada em performance, formação e resultados concretos.

Contudo, é importante destacar que, assim como Clara Gomes, Thay também mobiliza o capital político familiar em sua trajetória, sendo esposa do deputado estadual Neto Evangelista. A presença do marido em postagens compartilhadas, menções indiretas e apoio institucional contribui para consolidar sua entrada no campo político formal. Ainda assim, sua identidade política digital não se resume a essa associação: há um esforço visível de demarcar uma atuação própria, baseada em ações anteriores à candidatura e com apelo de continuidade de projetos já reconhecidos.

A presença de Thay nas redes sociais reflete um reposicionamento da figura da “primeira-dama” ou “mulher do político” para um papel de liderança com lastro prático. Seu perfil pode ser compreendido como um exemplo de como candidatas com vínculos familiares com figuras políticas consolidadas podem, por meio das mídias digitais, construir uma imagem pública distinta, autônoma e conectada com pautas contemporâneas, como o empreendedorismo feminino e a equidade de gênero.

3.7 O papel do marido como cabo eleitoral: Neto Evangelista na campanha de Thay Evangelista

Na disputa eleitoral para a Câmara Municipal de São Luís em 2024, Thay Evangelista utilizou de forma estratégica os recursos comunicacionais das redes sociais para construir sua imagem como candidata. Um dos elementos centrais dessa construção foi o papel de seu marido, o deputado estadual Neto Evangelista, que atuou ativamente como cabo eleitoral e avalista político da sua candidatura. A análise das postagens revela não apenas a presença constante de Neto nos eventos e nas mídias da campanha, mas também o modo como essa presença é performada discursiva e simbolicamente como parte da identidade eleitoral da candidata.

A candidata Thay Evangelista reforçou sistematicamente sua relação familiar e política com o deputado estadual Neto Evangelista, que esteve presente em 26 publicações durante o período eleitoral de 2024. Dentre essas, 18 foram realizadas em formato de colaboração (*collab*) entre os perfis do casal, incluindo vídeos, fotos conjuntas e declarações diretas de apoio — como uma publicação em que o deputado declara publicamente seu voto e confiança na esposa.

Esse volume expressivo de aparições revela que a imagem do cônjuge não foi utilizada de forma pontual, mas como recurso central na estratégia de legitimação simbólica e política da candidatura. A atuação do marido funcionou como um selo de credibilidade transferido, reforçando uma lógica tradicional na política brasileira em que o capital político masculino sustenta e viabiliza candidaturas femininas. Tal dinâmica não é nova e se insere em uma longa tradição de candidaturas atravessadas por vínculos familiares em contextos dominados por elites locais, como observa Costa (2011, p. 2): “É comum que o ingresso das mulheres na política esteja associado ao capital político dos maridos, pais ou irmãos, especialmente em contextos em que as redes de poder são altamente personalizadas e patrimonialistas”

Em diversas publicações analisadas, é possível observar como essa estratégia foi mobilizada de maneira deliberada. Em uma das imagens, Thay e Neto caminham de mãos dadas, vestindo camisetas de campanha e circulando pela cidade.

Figura 13: Postagem com o marido e cabo eleitoral Neto Evangelista



Fonte: Instagram da candidata Thay Evangelista

Na legenda, Thay afirma: “Sozinhos nós somos bons, mas juntos somos bem melhor”, destacando a complementaridade e a construção conjunta de um projeto político baseado no afeto e na confiança. A performance conjugal aqui assume um duplo papel: de um lado, reforça a imagem de parceria e estabilidade emocional; de outro, traduz o apoio do marido como chancela moral e política, diante de um eleitorado ainda reticente em relação à presença feminina em cargos de poder.

Em outra postagem, mais bem-humorada, Thay escreve: “Parece que o jogo virou, né?”, referindo-se ao fato de, por anos, ter acompanhado o marido nas campanhas políticas e, agora, estar na posição de candidata, com ele exercendo o papel de apoiador. A legenda segue: “Estive por muitos anos ao lado do Neto no propósito dele na política, e agora, que a candidata sou eu, é ele que me dá toda força que eu preciso”. A inversão dos papéis tradicionais de gênero é tematizada, mas cuidadosamente equilibrada com o reforço da parceria e do apoio masculino como necessário. Isso evidencia uma “tensão entre a imagem de autonomia e a necessidade de validação pública por meio de figuras masculinas com credibilidade política” (Panke, 2016, p. 157).

Figura 14: Neto Evangelista com o papel de apoiador à candidatura da esposa



Fonte: Instagram da candidata Thay Evangelista

Essa dimensão simbólica se aprofunda quando Neto Evangelista publica um vídeo em seu perfil, pedindo votos para a esposa. No conteúdo, ele afirma: “Thayanne é uma mulher de atitude que vai fazer a diferença positiva na Câmara de Vereadores. [...]. Agora chegou a minha vez de apoiá-la”. O discurso busca reforçar a competência e a capacidade da candidata, mas a mediação se dá por sua própria figura pública, já consolidada. O marido aparece, assim, como um fiador da candidatura, um atestado de confiança e preparo. Como argumentam Finamore e Carvalho (2006), “a imagem de mulher pública ainda é submetida a filtros morais e de

confiabilidade que, no caso das candidatas casadas, podem ser atenuados pela presença e pelo aval do marido” (Finamore; Carvalho, 2006, p. 349).

Essa estratégia comunica, de forma eficaz, um conteúdo ambíguo: de um lado, a candidata que se apresenta como profissional, empreendedora e socialmente engajada; de outro, a esposa que é apoiada, endossada e legitimada por um homem público com experiência. O uso equilibrado dessas duas dimensões funciona como um recurso político retórico importante, especialmente quando se considera que a política ainda é um espaço historicamente masculinizado. Como destaca Panke (2016, p. 148), “as candidatas precisam frequentemente recorrer a estratégias de duplo reforço, nas quais sua autonomia é afirmada ao mesmo tempo em que se ancoram em vínculos tradicionais como forma de acessar a confiança do eleitorado”.

Além do apoio presencial, o casal também mobiliza signos visuais nas redes sociais. Os dois aparecem frequentemente com roupas coordenadas, elementos da campanha estampados nos trajes, e atuando juntos em visitas, caminhadas e eventos públicos. Essa estética comunicacional reforça a ideia de “dupla política”, uma prática que, embora simbolize parceria, também marca a presença contínua do capital político familiar operando na legitimação de candidaturas femininas.

Importa destacar que essa dinâmica, embora eficiente, também revela os limites estruturais da inserção de mulheres na política institucional. A dependência de apoios masculinos dentro da própria família, mesmo quando acompanhada de trajetórias autônomas como no caso de Thay Evangelista, denuncia uma assimetria persistente no acesso ao poder. Como mostram Costa (2011), “as mulheres raramente chegam sozinhas aos espaços de decisão – é quase sempre por meio da mediação de redes masculinas que suas candidaturas se tornam viáveis” (p. 5).

O papel de Neto Evangelista na campanha de Thay Evangelista exemplifica como o capital político masculino continua operando como um ativo indispensável em campanhas femininas. Sua atuação como cabo eleitoral ultrapassa o apoio afetivo e se estrutura como um instrumento decisivo de visibilidade, confiança e mobilização. O caso evidencia que, mesmo com avanços discursivos no campo da representatividade de gênero, as estruturas de poder ainda exigem, das mulheres, uma performance relacional que associe competência e lealdade familiar como forma de acesso e permanência no campo político.

3.8 As Cores na Construção da Identidade Visual de Thay Evangelista

A identidade visual de uma campanha é um dos elementos mais importantes da comunicação política contemporânea, sendo responsável por fixar na memória do eleitor uma imagem coesa e reconhecível da candidata. No caso de Thay Evangelista, candidata à vereança em São Luís pelo União Brasil (UNIÃO), a escolha e o uso das cores desempenham um papel central na construção de sua imagem pública. A análise das postagens do perfil da candidata no Instagram revela uma paleta cromática bastante marcada por tons de *roxo, lilás, rosa e azul claro*, utilizados com frequência ao longo de sua comunicação visual.

A cor roxa e suas variações aparecem de forma predominante nos figurinos, cenários e elementos gráficos das postagens, sendo empregada tanto em roupas da candidata quanto nos fundos de banners e frases de destaque. Essa escolha não é aleatória: como apontam Finamore e Carvalho (2006, p. 354), “as cores tradicionalmente associadas ao universo feminino – como rosa, lilás e roxo – são acionadas por candidatas como forma de reafirmação simbólica de gênero, porém ressignificadas dentro do discurso de poder e competência”. O uso do roxo, em especial, se conecta ainda a valores de transformação, autonomia e força feminina, sendo também uma cor historicamente associada às lutas feministas.

Apesar de ser filiada ao União Brasil, partido cuja identidade visual oficial está centrada nas cores *azul-escuro, amarelo e branco*, Thay Evangelista não adota essas cores como predominantes em sua comunicação. Ao contrário, sua campanha opta por uma identidade visual própria, desvinculada das cores do partido, o que indica uma tentativa de construção de uma marca pessoal independente da legenda. Isso sugere uma estratégia mais focada em sua imagem individual e em seu capital simbólico pessoal, especialmente no que diz respeito ao engajamento com pautas femininas e de empreendedorismo social.

A candidata explora ainda o uso estratégico do *azul claro*, que aparece em elementos gráficos e em composições secundárias com o roxo e o branco. Essa escolha cromática reforça suavidade, serenidade e modernidade, ao mesmo tempo em que se diferencia da sobriedade masculina do azul escuro associado ao partido. A combinação de azul claro com roxo e branco cria uma estética vibrante, jovem e próxima de movimentos contemporâneos de empoderamento feminino e empreendedorismo.

Figura 15: Postagem que remete às cores de campanha da candidata



Fonte: Instagram da candidata Thay Evangelista

Um exemplo dessa estratégia pode ser observado nas postagens em carrossel com chamadas como “Conseguiu? Tira print, posta, me marca!”, em que a candidata aparece vestindo branco e azul com elementos gráficos roxos. A estética visual dialoga diretamente com o público-alvo da campanha – majoritariamente feminino – e traduz, por meio das cores, valores como acolhimento, empatia, profissionalismo e dinamismo. Como afirma Panke (2016), “a cor, quando usada intencionalmente, pode ser um canal de significação política e emocional, ativando identidades e valores que ajudam a consolidar a imagem pública da candidata” (p. 116).

Além da construção estética e simbólica, a força visual da campanha de Thay Evangelista foi também alavancada por uma estrutura financeira robusta. A candidata foi uma das que recebeu o maior valor do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC) em São Luís nas Eleições de 2024, somando R\$ 635. 000, 00, segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2024). No entanto, mesmo com significativo investimento partidário, a imagem pública da candidata não se alinha de forma direta com a identidade visual e simbólica do União Brasil, o que ilustra um movimento de personalização da política, no qual o capital individual da candidata é priorizado em detrimento da marca partidária. Como observa Manin (1995, p. 224), nas democracias contemporâneas, “os candidatos tendem a construir imagens pessoais

desvinculadas dos vínculos partidários, buscando relações diretas com o eleitorado por meio da mediação da comunicação”, fenômeno acentuado pelas dinâmicas das redes sociais.

A campanha de Thay Evangelista optou por uma estética visual própria, fortemente ancorada em cores simbólicas de afirmação feminina e distanciada da identidade tradicional do partido. Essa escolha contribui para consolidar sua imagem como mulher jovem, empreendedora e politicamente preparada, alinhada com causas sociais, ao mesmo tempo em que reforça sua autonomia discursiva frente às estruturas partidárias tradicionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das campanhas de Clara Gomes e Thay Evangelista, no contexto das eleições municipais de 2024 em São Luís (MA), permite refletir sobre os desafios e estratégias comunicacionais enfrentados por candidatas mulheres no processo de inserção e legitimação no campo político institucional. Embora ambas tenham buscado consolidar suas candidaturas com base em trajetórias próprias – Clara a partir de sua atuação comunitária e Thay pelo empreendedorismo social –, os dados evidenciam que a estrutura familiar e os vínculos políticos com figuras masculinas consolidadas, como seus maridos, ainda desempenham papel central como catalisadores de visibilidade e legitimidade.

As redes sociais, especialmente o Instagram, foram ferramentas essenciais para construção e difusão de suas imagens públicas. Por meio delas, as candidatas mobilizaram arquétipos como o da profissional competente, o da mulher de fé, e o da empreendedora social engajada, utilizando estéticas visuais cuidadosamente planejadas, narrativas emocionais e estratégias discursivas alinhadas às expectativas de seus eleitorados. Nesse processo, os perfis digitais funcionaram como espaços de autopromoção, fortalecimento simbólico e conexão direta com o público, permitindo às candidatas apresentar-se como agentes políticas autônomas, ainda que apoiadas por redes familiares masculinas.

É importante observar que, apesar do investimento de seus partidos e, especialmente no caso de Thay Evangelista, dos altos valores recebidos via Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), as candidatas optaram por construções visuais e discursivas desvinculadas das identidades partidárias tradicionais. Esse fenômeno revela uma tendência contemporânea de personalização da política, em que a imagem da candidata se sobrepõe à legenda.

Além disso, o ambiente digital se mostra cada vez mais central para a política eleitoral contemporânea no Brasil. Com o avanço da conectividade e o aumento da presença da população nas plataformas digitais, as campanhas se adaptaram a essa lógica. Hoje, a disputa simbólica e narrativa nas redes sociais supera, em muitos casos, a visibilidade obtida nos meios tradicionais como a televisão. Enquanto o tempo de tela em programas eleitorais é restrito – em geral, não ultrapassando um minuto, mesmo para candidatos de partidos grandes –, no ambiente digital, os candidatos dispõem de tempo e espaço ilimitados para dialogar com seus públicos, apresentar propostas, construir vínculos afetivos e narrar suas trajetórias de maneira detalhada e contínua.

Nesse sentido, as plataformas digitais tornaram-se o palco da nova comunicação política, especialmente para candidaturas que precisam se afirmar fora dos grandes centros de poder institucional. Isso é ainda mais relevante para as mulheres, que enfrentam uma cultura política tradicionalmente masculinizada e têm, nas redes sociais, uma ferramenta para tensionar estereótipos, afirmar sua competência e acessar novos espaços simbólicos de representação.

Portanto, a análise realizada nesta monografia demonstra que as redes digitais, o capital político familiar e a performance discursiva atuam de forma articulada para estruturar as candidaturas femininas em contextos locais. Ao mesmo tempo em que a internet oferece oportunidades de visibilidade e protagonismo, ela também revela os limites e contradições de um sistema político ainda excludente, no qual as mulheres precisam negociar constantemente entre a inovação e a tradição, a autonomia e o apoio masculino, a identidade partidária e a marca pessoal.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Elthon. SÁ, Kamilla. *Agendas e redes políticas das deputadas estaduais maranhenses no Instagram*. In: **Anais do 10º Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (COMPOLÍTICA)**. Fortaleza, 2023.

ARAÚJO, Maria Cristina Soares; MACEDO, José Cláudio Souza. *Mulheres na política: estudo sobre cargos de confiança*. In: COSTA, Valeriano Mendes Ferreira (org.). **Técnicos, intelectuais e políticos na Nova República**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018. p. 54–77.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO MARANHÃO. *Procuradoria da Mulher da Assembleia Legislativa do Maranhão*. Disponível em: <https://www.al.ma.leg.br/sitealema/procuradoria-da-mulher-3/quem-somos>. Acesso em: 22/07/2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016.

BARREIRA, Irllys. *Práticas parlamentares, habitus e performances no campo da política: a participação de mulheres no Congresso Nacional*. In: **30o Encontro Anual da ANPOCS**. São Paulo, 2006

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 15. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BOURDIEU, Pierre. *Estratégias de reprodução e modos de dominação*. In: **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 17, n. 33, p. 21–36, 24 Jan 2020

BRIQUET, Jean-Louis. *Une histoire de famille*. In: **L'héritage en politique**. PATRIAT, C.; PARODI, J. (Orgs.). Paris: Economica, 1992.

COSTA, Dayana. *Mulheres e elites locais no Maranhão: perfis, trajetórias e campanhas*. In: **Revista Eletrônica de Ciência Política**, vol. 2, n. 1, 2011.

CUNHA, Sílvia; LIMA, Fabiane. *Violência política contra mulheres: culturas da dominação e desafios às classificações políticas tradicionais*. In: PANKE, Luciana; ARAGÃO, Elthon; SCHEIDWEILER, Gerson; QUEVEDO, Josemari (Orgs.). **Eleições 2020: as mulheres nas disputas municipais**. EDUEPB, Campina Grande, 2021.

D'ARAÚJO, Maria; MACEDO, Joana. *Mulheres na política: estudo sobre cargos de confiança*. In: D'ARAÚJO, Maria Celina. **Técnicos, intelectuais e políticos na Nova República: um perfil dos dirigentes públicos dos governos Fernando Henrique, Lula e Dilma**. Editora PUC-RJ, Rio de Janeiro, 2018.

FERREIRA, Mary. **Os Bastidores da tribuna: Mulher, política e poder no Maranhão**. 1ª. ed. São Luís: EDUFMA, 2010.

FERREIRA, Mary. **Vereadoras e Prefeitas maranhenses: ação política e gestão municipal com enfoque de gênero**. 1ª. ed. São Luís: EDUFMA, 2015.

FERREIRA, Mary. *Feminismo na política: reflexões sobre as plataformas das candidatas maranhenses nas eleições de 2014*. In: CRUZ, Maria Helena; JANUÁRIO, Soraya; CARVALHO, Maria Eulina (Orgs.). **Entre reflexões e práticas feministas**. 1 ed. Recife: UFPE, UFRPE, 2016.

FINAMORE, Claudia; CARVALHO, João Eduardo. *Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso*. In: **Revista Estudos Feministas**, v. 14, n. 2, p. 453–468, 2006.

GOMES, Wilson. *Democracia digital: Que democracia?* In: MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia. (Org.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

GOMES, Wilson. **A democracia no mundo digital**: história, problemas e temas. 1ª. ed. São Paulo: Edições Sesc, 2018.

GRUNEICH, Danielle; CORDEIRO, Iara. *Cotas para mulheres nas eleições brasileiras: uma contribuição para a redução das desigualdades na participação das mulheres na política*. In: PANKE, Luciana; ARAGÃO, Elthon; SCHEIDWEILER, Gerson; QUEVEDO, Josemari (Orgs.). **Eleições 2020**: as mulheres nas disputas municipais. EDUEPB, Campina Grande, 2021.

HECLO, Hugh. Campaigning and governing: a contemporary American dilemma. *Brookings Institution Working Paper*, 2000. Disponível em: <https://www.brookings.edu/articles/campaigning-and-governing-a-contemporary-american-dilemma/>

LEITE, Crislayne; GUNDIM, Wagner. A participação da mulher na política brasileira e a efetividade das cotas partidárias. In: *Revista Eleitoral*, Florianópolis, 2019.

LEITE, Márcia Rejane Carvalho. **Elas no parlamento maranhense**: impactos, desafios e avanços institucionais em um registro biográfico digital das deputadas eleitas no século XXI para a Assembleia Legislativa do Maranhão. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Modalidade profissional) da Universidade Federal do Maranhão. São Luís, 2024

MASSUCHIN, Michele; SILVA, Tarciso Azevedo da. *Campanha permanente nas redes sociais digitais: Flávio Dino e a construção de uma imagem pública no Twitter*. In: **Revista Compolítica**, v. 10, n. 1, p. 1–24, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/compolitica.2020.48725>

OFFERLÉ, Michel. *Usages et usure de l'hérédité en politique*. In: **Revue française de science politique**, nº5, 1993.

PANKE, Luciana. **Campanhas eleitorais para mulheres**: desafios e tendências. 1. ed. Curitiba: Editora UFPR, 2016.

PANKE, Luciana; IASULAITIS, Simone. *Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais*. In: **Opinião Pública**, Campinas, v. 22, n. 2, p. 385–417, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-01912016222385>.

RABAY, Glória. *Em nome do Pai – Mulheres e herança política*. In: Anais do encontro “Fazendo gênero”. Florianópolis, 2010.

SAMPAIO, Rafael; SILVA, Silvado; BRAGATTO, Rachel. Concepções, debates e desafios da democracia digital. Editora Folio Digital, Rio de Janeiro, 2016.

SANCHEZ, Beatriz Rodrigues. Onde estão as mulheres na política institucional? *Cadernos Adenauer*, v. XVIII, n. 4, p. 155–170, 2017.

SANTOS, Vivian. A representação política de mulheres negras e os desafios da interseccionalidade. *Cadernos Pagu*, n. 58, 2021.

SANTOS, Vivian. *Marielle Franco e a invisibilidade política: uma breve contextualização histórica da exclusão das mulheres negras dos espaços de poder*. In: PANKE, Luciana; ARAGÃO, Elthon; SCHEIDWEILER, Gerson; QUEVEDO, Josemari (Orgs.). **Eleições 2020: as mulheres nas disputas municipais**. EDUEPB, Campina Grande, 2021.

SCOTT, Joan W. Gênero: uma categoria útil para a análise histórica. *Educação & Realidade*, v. 20, n. 2, p. 71–99, 1995.

SOUSA, Patrícia Carlos de. **“Verás que uma filha tua não foge à luta”**: fatores da pouca participação de mulheres no legislativo maranhense – um estudo com deputadas na Legislatura 2019-2022. Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais, Fundação Perseu Abramo, Maestria Estado, Gobierno y Políticas Públicas, FLACSO/FPA, 2021.

SOUZA, Grace. *Mulheres negras: memórias da trajetória de luta e resistência dos movimentos de mulheres negras do Maranhão a partir do “Grupo de Mulheres Negras Mãe Andresa”*. In: **Kwanissa**: Revista De Estudos Africanos E Afro-Brasileiros, UFMA, 2018.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). *Estatísticas eleitorais*. Brasília, 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br>. Acesso em: 15 maio 2025.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). *Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais*. Brasília, 2024. Disponível em: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/NORDESTE/MA/2045202024/100001939258/%202024/09210>. Acesso em: 15 maio 2025.