

**DE 0 AO 1: O LANÇAMENTO DAS CAMPANHAS DAS CANDIDATAS A DEPUTADAS ESTADUAIS PARA A REELEIÇÃO NO PARANÁ**

***DEL 0 AL 1: EL LANZAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS DE LAS CANDIDATAS PARA DIPUTADAS ESTATALES EN LA REELECCIÓN EN PARANÁ***

***FROM 0 TO 1: THE ENTRY OF THE CANDIDATES ELECTION CAMPAIGN FOR RE-ELECTION IN PARANÁ***



Renata CALEFFI<sup>1</sup>  
e-mail: recaleffi88@gmail.com



Luciana PANKE<sup>2</sup>  
e-mail: lupanke@gmail.com

**Como referenciar este artigo:**

CALEFFI, R.; PANKE, L. De 0 ao 1: O lançamento das campanhas das candidatas a deputadas estaduais para a reeleição no Paraná. **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política**, São Carlos, v. 32, n. esp. 1, e023007, 2023. e-ISSN: 2236-0107. DOI: <https://doi.org/10.31068/tp.v32iesp.1.1050>



| **Submetido em:** 30/06/2023  
| **Revisões requeridas em:** 22/02/2023  
| **Aprovado em:** 17/04/2023  
| **Publicado em:** 30/06/2023

---

**Editora:** Profª. Dra. Simone Diniz  
**Editor Adjunto Executivo:** Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz

<sup>1</sup> Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba – PR – Brasil. Pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

<sup>2</sup> Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba – PR – Brasil. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Doutorado em Ciências da Comunicação (USP). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq - Nível 2.

**RESUMO:** Há muito tempo, a participação das mulheres brasileiras em disputas eleitorais é limitada, apresentando números inferiores aos de outros países latinos. A participação das mulheres nos processos eleitorais no país é restringida por várias razões, incluindo questões históricas e estruturais, falta de democracia interna nos partidos, políticas públicas ineficientes para promover a inclusão das mulheres no processo eleitoral e, especialmente, a falta de representatividade. É sobre este último aspecto que esta pesquisa se concentra. O aumento gradual e lento do número de mulheres eleitas não é suficiente para garantir uma representação efetiva nas Câmaras Legislativas e, ao mesmo tempo, estar em uma posição de destaque não garante maior visibilidade para as candidatas que buscam a reeleição. Com o advento das novas tecnologias de comunicação - que também são responsáveis pelos processos de democratização do acesso à informação das candidatas -, pode-se afirmar que as redes sociais têm sido aliadas das candidaturas femininas nos processos de eleição e reeleição para cargos legislativos? Além disso, como as candidatas utilizam essas plataformas para alcançar seu público e conquistar mais votos? Essas questões podem ser respondidas de várias maneiras. Uma delas é analisar como as Deputadas Estaduais utilizam as redes sociais. Em 2022, as campanhas eleitorais terão início em 16 de agosto, e é nessa data que a pesquisa analisará o perfil das cinco representantes paranaenses na Assembleia Legislativa do Paraná (Alep), visando compreender como foi construída a comunicação das candidatas que buscam a reeleição para o cargo de Deputada Estadual no Paraná. Ao final desta pesquisa, espera-se compreender as estratégias de mídia social adotadas pelas candidatas durante o lançamento de suas candidaturas e determinar o perfil comunicacional utilizado por elas no cenário eleitoral.

**PALAVRAS-CHAVE:** Candidaturas femininas. Reeleição. Paraná. Comunicação. Redes sociais.

**RESUMEN:** *No es nuevo que la participación de las mujeres brasileñas en la disputa electoral es restringida y con números muy bajos. La participación de las mujeres en los procesos electorales está restringida en el país debido a diferentes razones, incluyendo cuestiones histórico-estructurales, democracia partidos internos, políticas públicas ineficaces para la inclusión de las mujeres en el proceso electoral y, especialmente, la falta de representación de mujeres. Es sobre este último que esta investigación tiene su inicio. El creciente (y lento) número de mujeres electas en Brasil no es suficiente para asegurar una representación efectiva en las Cámaras Legislativas y, al mismo tiempo, desempeñar un papel de destacar no garantiza más visibilidad para los elegidos que deseen postularse la reelección. Con las nuevas tecnologías de comunicación disponibles - responsable de los procesos de democratización del acceso a información de candidatas - es posible afirmar que las redes sociales han sido aliadas de candidaturas femeninas en procesos electorales y reelección a un cargo legislativo? Además, ¿cómo son usadas estas plataformas para llegar a audiencia y ganar más votos? Las preguntas marcadas se pueden responder de diferentes maneras. Un de los pasos es analizar cómo las Diputadas del Estado de Paraná utilizan las redes sociales. En 2022, las campañas electorales comienzan el 16 de agosto, y es en esta fecha que la investigación analizará el perfil de las cinco representantes paranaenses en el Asamblea Legislativa de Paraná (Alep) para entender cómo fue la construcción comunicacional para la reelección. Al final de esta investigación, se espera que se pueda comprender cómo fueron las estrategias de redes sociales*

de ellas durante el lanzamiento de aplicaciones y si es posible definir el perfil de comunicación utilizado por ellas en el escenario electoral.

**PALABRAS CLAVE:** Candidatas. Reelección. Paraná. Comunicación. Redes sociales.

**ABSTRACT:** For a long time, the participation of Brazilian women in electoral contests has been limited, showing lower numbers compared to other Latin American countries. Women's participation in electoral processes in the country is restricted for several reasons, including historical and structural issues, lack of internal democracy within political parties, inefficient public policies to promote women's inclusion in the electoral process, and especially the lack of representation. It is on this last aspect that this research focuses. The gradual and slow increase in the number of elected women is not enough to guarantee effective representation in the Legislative Chambers, and being in a prominent position does not ensure greater visibility for female candidates seeking reelection. With the advent of new communication technologies—which are also responsible for the democratization of access to information for candidates—one can assert that social media has been an ally for female candidacies in elections and reelection for legislative positions. How do female candidates utilize these platforms to reach their audience and garner more votes? These questions can be answered in various ways. One approach is to analyze how State Deputies utilize social media. In 2022, electoral campaigns will commence on August 16th, and it is on this date that the research will analyze the profiles of the five representatives from Paraná in the State Legislative Assembly (Alep), aiming to understand how the communication of the candidates seeking reelection for the position of State Deputy in Paraná was constructed. By the end of this research, the goal is to comprehend the social media strategies adopted by the candidates during their campaign launches and determine the communicational profile utilized by them in the electoral landscape.

**KEYWORDS:** Woman. Re-election. Paraná. Communication. Social media.

---

## 1. Introdução

Direito ao voto, à participação política e à ocupação de espaços de decisão são considerados conquistas recentes na estrutura política brasileira. Embora os primeiros avanços já tenham quase completado 100 anos (como o direito ao voto em 1932, por exemplo), fatos políticos no Brasil reforçam a ideia de que a política é predominantemente dominada por homens.

A predominância masculina no espaço político é reflexo de décadas de exclusão das mulheres, especialmente no caso das brasileiras. Um exemplo concreto dessa realidade persistente foi a inauguração do primeiro banheiro feminino no Plenário do Senado Federal no Brasil, que ocorreu somente em 2015, ou seja, menos de 10 anos atrás. Até então, desde a

eleição de Eunice Michiles em 1979, as mulheres ocupantes de cargos legislativos no Senado precisavam utilizar o banheiro localizado no restaurante do Plenário. Isso significa que elas eram obrigadas a deixar o espaço de discussão e tomada de decisões sempre que precisavam usar o banheiro, enquanto os homens não enfrentavam tal problema.

Luciana Panke (2016) afirma que a “política é um universo masculino” e sustenta essa hipótese através da análise da baixa participação política das mulheres em toda a América Latina, onde se incluem problemas estruturais como misoginia, patriarcado, feminismo e machismo. A autora relata que as questões de gênero na política são amplas e permeiam o sexismo. Portanto, ao falar sobre homens na política, o aspecto mais negativo é geralmente associado à corrupção, enquanto para as mulheres, o negativo está relacionado a questões sexuais, como casamento, traição e aparência física.

Devido à sua natureza masculinizada, a presença feminina nos espaços de decisão costuma ser vista com estranhamento e surgem questionamentos sobre sua competência para exercer cargos eletivos. Além disso, outro problema enfrentado pelas mulheres em cargos de liderança é a violência com que seus corpos são tratados, desde o momento em que desejam participar da vida pública até o momento em que ocupam efetivamente cargos políticos.

Ser mulher na política exige enfrentar desafios diários. Mesmo quando conquistam espaço, elas enfrentam mais questionamentos sobre suas ações e precisam fornecer muitas mais explicações sobre suas atitudes e votos do que os homens eleitos para cargos semelhantes. Quando se trata de reeleição, essa dicotomia se torna ainda mais evidente. Enquanto os homens geralmente se vangloriam de suas realizações, mesmo que sejam insignificantes, as mulheres precisam reforçar sua lista de atividades que vão além do cenário político. Novamente, os estereótipos surgem e, como candidatas, elas frequentemente se veem obrigadas a reafirmar seus compromissos e características para serem consideradas opção de voto.

Considerando que o cenário político passa por constantes mudanças e que a visibilidade e o capital político das deputadas atuais são alterados com a eleição e o exercício do mandato legislativo, surge a questão de saber se a própria comunicação política feita pelas candidatas está reforçando as práticas e condutas existentes, especialmente na construção e reafirmação de estereótipos femininos nas eleições legislativas.

Esses estereótipos funcionam como estigmas para as mulheres, relacionados a uma crença estrutural de que existem atributos pessoais adequados para que homens ou mulheres desempenhem seus papéis na sociedade (PANKE; IASULAITIS, 2016).

A pesquisa é o primeiro passo para compreender se a comunicação política eleitoral tem contribuído para a segregação das mulheres e para os baixos índices de eleitas no Paraná, especialmente no que se refere ao lançamento das candidatas e à falta de visibilidade partidária relacionada às suas campanhas. Para alcançar esses objetivos, a pesquisa analisará o perfil das cinco deputadas estaduais do Estado do Paraná que estão concorrendo à reeleição em 2022. Como data de análise, foi escolhido o dia de lançamento das candidaturas e o início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Além dos perfis pessoais no Instagram, também foram coletadas informações dos partidos políticos durante o mesmo período, buscando compreender se estão promovendo e destacando as candidaturas femininas.

## 2. Participação feminina e o cenário paranaense

Para Maria Montaner (2012), a submissão das mulheres aos homens e a opressão feminina foram historicamente estabelecidas, o que resultou na exclusão das mulheres desses espaços de decisão para se dedicarem às tarefas domésticas e aos cuidados com os filhos. A presença das mulheres no espaço público foi, portanto, moldada e controlada pelos homens, enquanto as expectativas e responsabilidades para a sobrevivência da esfera privada foram atribuídas exclusivamente às mulheres.

A presença das mulheres nos espaços de decisão, especialmente nos órgãos legislativos, tem aumentado gradualmente no Brasil e no mundo, embora em ritmos diferentes. Isso ocorre tanto por meio de políticas afirmativas, como cotas ou sistemas de listas fechadas, quanto por meio de políticas de incentivo à participação, como capacitações e cursos de formação. A presença crescente das mulheres nas cadeiras decisórias é um tema cada vez mais discutido globalmente, embora não devamos esquecer dos retrocessos preocupantes que ocorrem, como o caso do regime Talibã, no Afeganistão.

No Brasil, o crescimento nesse aspecto tem sido muito lento e, segundo os índices, a igualdade de gênero está longe de se tornar uma realidade. O país ocupa a 154ª posição entre os 174 países analisados, segundo relatório da ONU Mulheres, no que diz respeito à participação política das mulheres. Entre os países latino-americanos, o Brasil ocupa a 32ª posição, estando à frente apenas de Belize.

Nas eleições de 2018, por exemplo, a Câmara dos Deputados registrou um aumento de 51% no total de deputadas eleitas, embora o número final de parlamentares mulheres represente

apenas 15% do total de deputados federais. No Senado, a participação das mulheres é um pouco menor, com apenas 12 senadoras ocupando 14,8% das cadeiras.

A Assembleia Legislativa do Paraná (Alep) reflete os baixos índices de participação feminina, ressaltando a necessidade e a urgência de discutir a presença de mais mulheres na política. Na atual legislatura, existem cinco deputadas estaduais, de um total de 54 representantes. Cristina Silvestri, Luciana Rafagnin, Mabel Canto, Mara Lima e Maria Victória compõem a bancada feminina, oficialmente estabelecida apenas em 2022.

O total de cinco cadeiras representa apenas um aumento de uma deputada em relação às duas legislaturas anteriores (tanto em 2011 – 2014 quanto em 2015 – 2018). Ou seja, o número de mulheres eleitas no Paraná se manteve estável, com um crescimento muito baixo na última legislatura, não atingindo sequer 10% de representação na Alep.

Das representantes paranaenses, Mara Lima é a única que esteve presente nas três últimas legislaturas. Cristina Silvestri exerce o mandato pela segunda vez; Luciana Rafagnin foi eleita quatro vezes como deputada estadual, mas não estava na legislatura de 2011 – 2014; Mabel Canto foi eleita pela primeira vez em 2015 e Maria Victória, assim como Cristina, está em seu segundo mandato como deputada estadual. Todas elas lançaram pré-candidaturas para a reeleição, confirmadas em convenção partidária, mas que só serão registradas e confirmadas pelo Tribunal Regional Eleitoral após a conclusão deste artigo.

Mesmo exercendo funções políticas de representação, as candidatas mulheres geralmente enfrentam as mesmas dificuldades presentes no início de suas carreiras. Panke (2016) explica que é importante destacar os pontos fortes e fracos das mulheres, incluindo seu talento, público e potencialidades, para serem reconhecidas como integrantes do espaço político ao entrar na campanha política.

Considerando esse aspecto, surge a questão de que as deputadas, apesar de já ocuparem suas cadeiras legislativas, precisam repetidamente reforçar estereótipos e demonstrar que estão mais preparadas do que os homens para exercer o cargo novamente. Ao que parece, essa exigência não costuma ser feita a eles. No discurso e na mensagem masculina, o foco está em reforçar apenas a ideia de que o espaço ocupado foi bem utilizado e que houve destaque em suas realizações.

Panke (2016), ao analisar as candidaturas femininas na América Latina, categorizou diferentes tipos de campanhas eleitorais realizadas por mulheres em termos de comunicação. Essas categorias estão ligadas à maternidade (sensível ou atenciosa), à figura da guerreira (forte ou líder) ou à profissional (trabalhadora ou submissa). Embora essas categorias não sejam

utilizadas nesta pesquisa, pois o interesse é observar a construção do lançamento da campanha de forma mais ampla, é importante destacar que essas categorias já se mostraram relevantes em outros estudos. Portanto, também se questionará se essas características estão presentes nas campanhas de reeleição. O objetivo é compreender quais elementos estão apoiando a construção das campanhas eleitorais e se a comunicação está contribuindo de alguma forma para reforçar estereótipos.

### 3. Comunicação eleitoral em tempos de universo online

O mundo foi significativamente impactado pelas tecnologias da informação e comunicação nos últimos 50 anos (CASTELLS, 2005). Embora seja a sociedade em si e não apenas a tecnologia a responsável pelas mudanças sociais, é crucial considerar que a tecnologia possibilitou avanços no cenário da comunicação, que agora está interconectada, oferecendo possibilidades mais significativas de participação, cidadania, horizontalidade, interação, entre outros.

Denominada por Castells (2005) como comunicação em rede, as novas formas de produção, divulgação e consumo midiático estão interligadas em uma vasta rede que não distingue claramente produtores e consumidores de conteúdo. Isso significa que o que antes era rigidamente definido em termos de produtores e receptores, com as novas tecnologias e mudanças sociais, hoje sofre um deslocamento de sentido. Conforme Jenkins (2010), essas novas formas de comunicação consideram que produtores e consumidores de mídia não atuam mais de forma separada, mas sim em uma cultura participativa, na qual o consumidor reivindica o direito de participar do processo de construção da informação (ou conteúdo).

Raquel Recuero (2009) complementa que, ao estudar estruturas sociais, é necessário ter como premissa os indivíduos e atores sociais, que estão inseridos em complexas redes de relações com outros atores e indivíduos, atuando como fundamentos na construção do mundo de ambos. Grande parte dessas relações ocorre por meio de interações sociais, que acontecem tanto online quanto offline na contemporaneidade.

Uma vez que muitas das atitudes sociais são reflexos dessa construção social proveniente das relações sociais, Recuero também destaca que, compreender como essas realidades se manifestam permite compreender os fenômenos resultantes da estrutura social estabelecida e a posição dos atores envolvidos (RECUERO, 2009, p. 14).



É importante ressaltar que a análise de redes sociais busca compreender como as interações entre os indivíduos se manifestam, neste caso, por meio das ferramentas sociais da internet, bem como a divulgação e influência dessas estruturas na própria construção dos laços que conectam os indivíduos em suas escolhas.

Na análise de redes sociais, de acordo com Raquel Recuero, é necessário que o objeto de estudo possua uma estrutura que possa ser mapeada. Além disso, essa estrutura deve ser útil para a compreensão do fenômeno em questão, pois o objeto em análise consegue explicar, mesmo que parcialmente, a estrutura social na qual está inserido.

No entanto, ao mesmo tempo, há impactos das constantes mudanças cotidianas, especialmente devido à velocidade das inovações nesse campo, que aceleram as transformações nas formas de produção, distribuição e consumo de conteúdo - sejam eles de entretenimento, informação ou mesmo política. Existe um número infinito de conteúdos disponíveis, em constante produção, tornando impossível consumir tudo o que está disponível.

A comunicação eleitoral, diante dessas inúmeras transformações, também sofre impactos. Com as evoluções na forma de se comunicar, o processo eleitoral, embora ainda influenciado por crenças e valores que definem as candidaturas há muitos anos, tem sido afetado pelas opções disponíveis no ambiente online. Por esse motivo, nas últimas duas eleições no Brasil, tanto para cargos federais quanto municipais, as candidaturas recorreram às mídias sociais como ferramentas para conquistar votos e eleitores.

#### **4. Análise dos perfis oficiais das candidatas à reeleição**

É evidente que a atividade política é impactada pelos meios de comunicação e pelas habilidades desses meios em conquistar a opinião pública. Por outro lado, também há o aspecto do uso desses meios para obter visibilidade, não apenas para conquistar legitimidade social, mas também para se manter no aparato político do Estado. As áreas da comunicação e política eleitoral, e as interferências entre elas, estão cada vez mais interligadas. No entanto, é muito difícil estabelecer um padrão das circunstâncias em que uma influência a outra e vice-versa. Ainda assim, é possível encontrar relações que auxiliam os pesquisadores na compreensão da sociedade e, especialmente, nas decisões relacionadas à representatividade política atual.

Mobilizar a opinião pública requer tempo e estratégia. Sendo o voto o objetivo central dos candidatos em um processo eleitoral, quanto mais visibilidade eles obtiverem por suas



ações, maior será o interesse por eles nas esferas de tomada de decisão. E é através dessa visibilidade que alcançam seu principal objetivo: o voto.

No que diz respeito especificamente ao papel dos parlamentares, Gomes (2004) destaca que a construção legislativa é o momento em que eles têm a maior visibilidade, por atuarem como *decisions makers* em políticas públicas com grande potencial de serem vistos. Isso ocorre porque as funções parlamentares estão mais relacionadas à construção legislativa.

A visibilidade midiática durante o mandato está mais associada ao Poder Executivo. Portanto, com exceção de algumas políticas públicas de grande relevância midiática que direcionam a visibilidade para os parlamentares, é durante o período eleitoral que as oportunidades de visibilidade aumentam. Isso significa que durante o processo eleitoral, as cotas de visibilidade são ampliadas, atingindo o auge na disputa pela divulgação de propostas e realizações no período que antecede o dia da eleição. É nesse cenário que o público está mais atento aos problemas públicos e às ações desenvolvidas pelos representantes nos últimos quatro anos.

Dessa forma, com mais propostas concluídas e medidas efetivadas, as candidaturas que buscam a reeleição deveriam assegurar uma maior proximidade com o público ao apresentar novas propostas. Isso é comprovado pelo fato de que em 2018, a Assembleia Legislativa do Paraná reelegeu 33 dos 54 representantes (61%), demonstrando uma relação mais visível e uma conversão de votos maior para aqueles que já ocupavam cargos no legislativo. Entre as deputadas estaduais, destacam-se três delas que foram reeleitas na última eleição (Cristina, Mara e Maria Victória). Portanto, as candidatas mulheres também se beneficiaram das cotas de visibilidade disponíveis durante o mandato.

Passados quatro anos desde as últimas eleições e com a maior bancada feminina da história da Assembleia Legislativa do Paraná, surge a questão de saber se, mesmo sendo candidatas que já exercem cargos legislativos, elas ainda precisam refutar ou reforçar estereótipos em suas campanhas eleitorais. No âmbito desta pesquisa, tem-se como objetivo explorar se as campanhas eleitorais de lançamento de candidatura neutralizam ou reforçam as características e posturas observadas por Panke (2016), as quais são consideradas elementos reais na construção das campanhas eleitorais latino-americanas, tais como a figura da mãe, da guerreira e da profissional.

#### **4.1 Cristina Silvestri (PSDB)**

A deputada estadual Cristina Silvestri é formada em História e está em seu segundo mandato na Assembleia Legislativa do Paraná (Alep), sendo a mulher mais votada na última eleição. Atualmente, exerce o cargo de Procuradora Especial da Mulher e, neste ano, realizou uma mudança de partido, saindo do Cidadania e filiando-se ao PSDB. Viúva do ex-deputado federal Cezar Silvestri e mãe do ex-prefeito de Guarapuava e ex-deputado estadual, Cesar Silvestri Filho, ingressou na política após ambos já terem sido eleitos. Em seu perfil no site da Alep, ela se define como uma “deputada municipalista”.

A imagem 01 é a única que não corresponde à data de 16 de agosto, pois a candidata é a única que não possui a postagem oficial de sua candidatura naquela data. A postagem analisada em seu perfil no Instagram ainda é referente ao pré-lançamento de sua candidatura à reeleição, feita em 14 de agosto. A foto recebeu 275 curtidas, oferecendo diversas possibilidades de análise. Primeiramente, no contexto discursivo e textual da mensagem, é possível identificar algumas situações retratadas na imagem da deputada.

A primeira situação é o reforço de seu papel como mãe, possibilitando a conexão com grupos específicos de mulheres e demonstrando um potencial comportamental maternal em seu cotidiano. No caso de Cristina, ser mãe de Cesar e Teka e avó de cinco netos evidencia características desse instinto maternal associadas às definições tradicionais femininas. Além disso, há uma descrição de seu trabalho, não apenas mencionando que ela é agricultora (com menor destaque), mas enfatizando sua atuação e trajetória política, especialmente na Alep, onde foi a mulher mais votada, a primeira procuradora, deputada eleita e autora de mais de 400 projetos.

Imagem 1 – Print de tela do lançamento da candidatura de Cristina Silvestri à reeleição



Fonte: Print de tela realizado em 14 de agosto de 2022

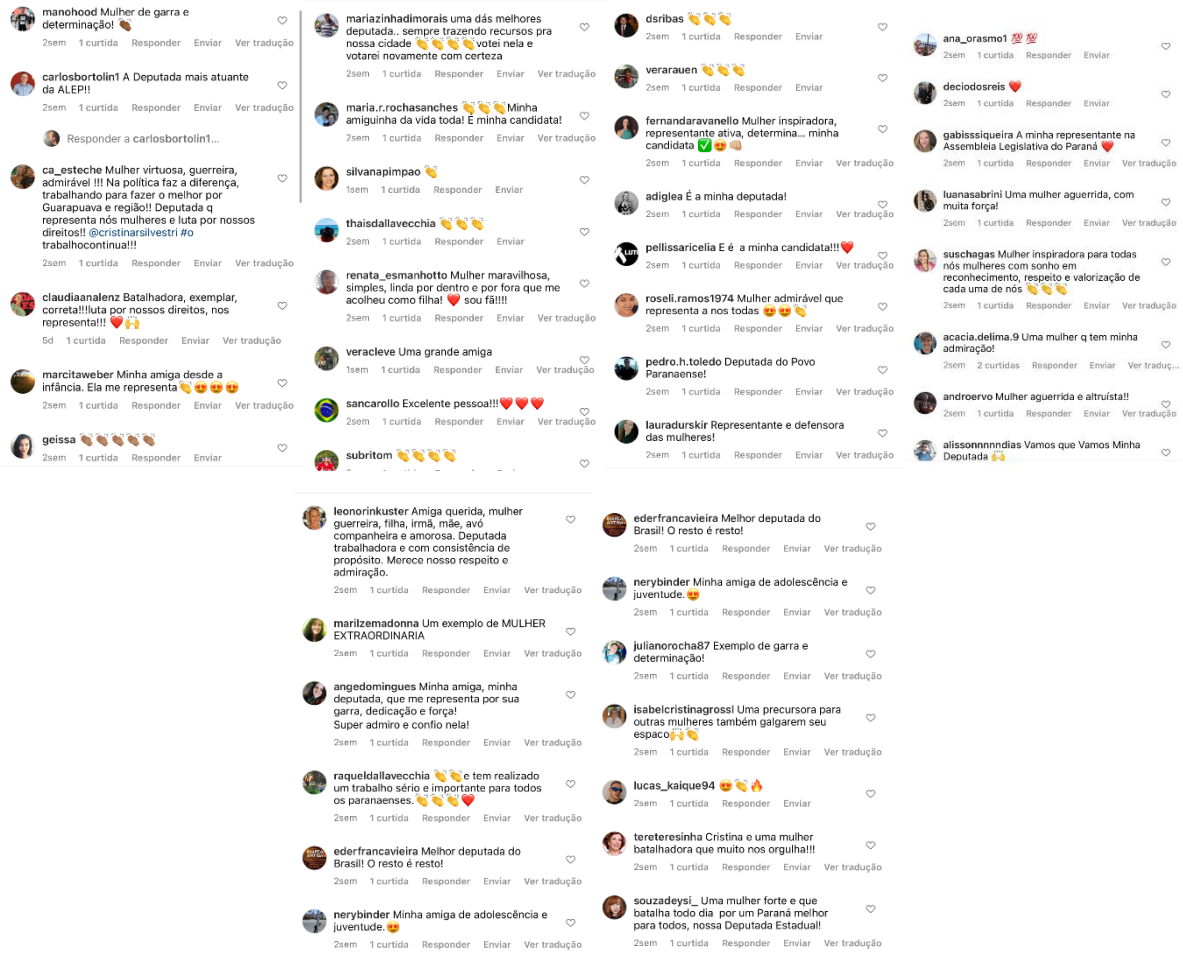
A interação, característica das redes sociais, sustentada e incentivada pelo perfil da candidata, também auxilia na análise do eleitorado sobre quem é Cristina. Vittadini (1995) ressalta que a comunicação digital atualmente está mais próxima dos usuários, pois tem como premissa ser mais próxima deles. Assim, é "*un tipo de comunicaci3n posible gracias a las potencialidades espec3ficas de unas particulares configuraciones tecnol3gicas, cujo objetivo 3 imitar, ou simular, a intera33o entre as pessoas*". O perfil da candidata estimula a interatividade e a participa33o ao solicitar respostas 3 pergunta: quem 3 Cristina Silvestri?

A imagem 2 apresenta alguns dos coment3rios que refor3am as mensagens transmitidas pela candidata em seu perfil. Os discursos das pessoas est3o alinhados com o que 3 estabelecido pela campanha e, ao mesmo tempo, refor3am os estere3tipos presentes na maioria das candidaturas femininas.

Conforme mencionado anteriormente por Panke (2016), ao abordar as categorias das candidatas, pode-se observar que os usu3rios refor3am tanto o estere3tipo da m3e quanto o da trabalhadora e da guerreira. No entanto, o que mais se destaca 3 a figura da amiga, evidenciando o lado sens3vel da maternidade e das emo33es femininas. Essa representa33o, segundo a autora, 3 algo sagrado e positivo, conferindo 3 candidata um status de respeito acima de suas

características profissionais, que não se limitam à maternidade. A palavra “atuação” ou “atuante” também é amplamente destacada, especialmente em relação ao seu trabalho na Assembleia.

### Imagem 2 – Comentários na postagem da candidata



Fonte: Print de tela realizado em 14 de agosto de 2022

## 4.2 Maria Lima

A cantora Mara Lima, cujo nome completo é Marilei de Souza Lima, de acordo com as informações disponíveis no site da Assembleia, é filha de um militar, casada, mãe de duas filhas e avó de quatro netos. Embora seja natural do sudoeste do Paraná, iniciou sua carreira política em 2008, quando foi eleita vereadora de Curitiba. Desde 2011, ocupa um assento na Alep, sendo sua principal representação a bancada evangélica. Filiada ao partido Republicanos, ela é líder da bancada evangélica e vice-líder do partido. Suas bandeiras políticas incluem a defesa dos valores cristãos, a família, os direitos das mulheres, a vida, os direitos das crianças e adolescentes, dos idosos, além de se posicionar contra o aborto, a ideologia de gênero, a legalização das drogas, entre outros. Seu mandato pode ser resumido pela frase: “Deus, pátria, família e liberdade”<sup>3</sup>.

Sendo filiada ao partido Republicanos, a deputada Mara Lima utiliza seu nome de perfil no Instagram, não fazendo referência direta a uma figura política. Como cantora gospel e integrante da comunidade evangélica, ela destaca a presença da religião em diferentes momentos. Na Imagem 03, pode-se notar que a postagem apresenta uma música interpretada por ela (Meu País), e no texto de apoio (legenda) do lançamento de sua candidatura, há a presença de passagens bíblicas e palavras relacionadas novamente à religião.

O slogan de sua campanha é a única referência que indica que a cantora é também uma deputada estadual, por dizer: “o bom trabalho **continua...**” (ênfase nossa). A palavra “continua” faz alusão à continuidade de seu mandato, mas não menciona quantas vezes ela já foi deputada. Essa publicação recebeu 951 curtidas em um período de 24 horas.

---

<sup>3</sup> Informação disponível em: <https://www.assembleia.pr.leg.br/deputados/perfil/cantora-mara-lima>. Acesso em: 14 ago. 2022.

**Imagem 03** – Print de tela do lançamento da candidatura de Mara Lima à reeleição



Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022

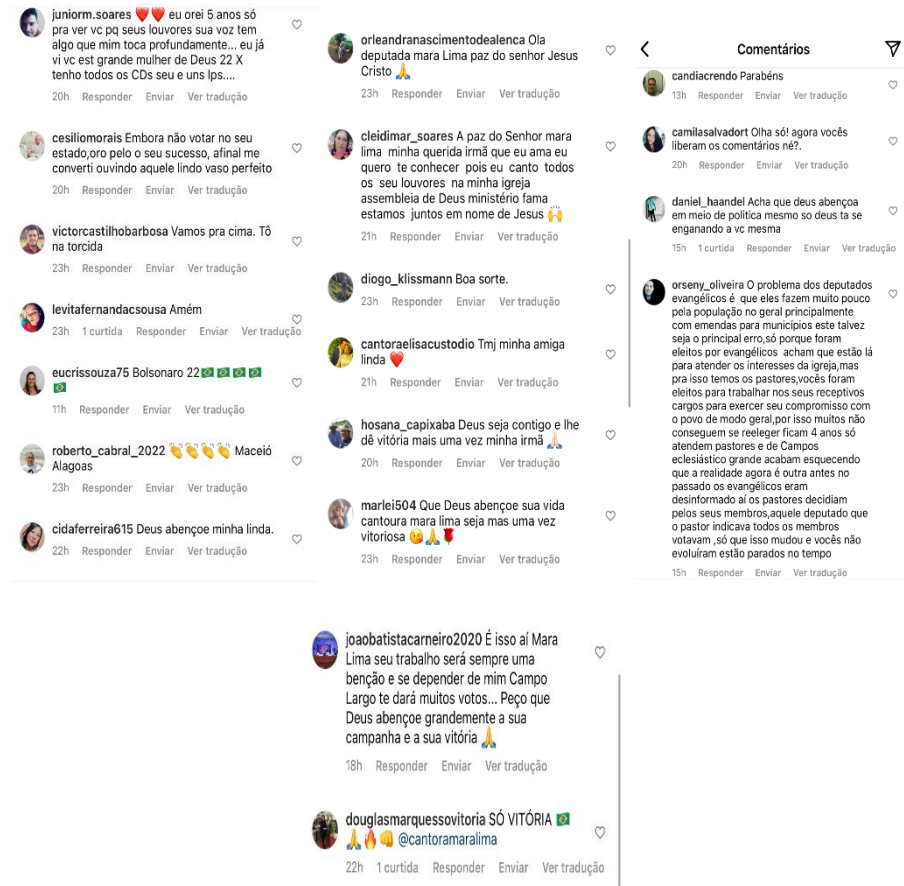
Conforme explicado por Panke (2016), na comunicação eleitoral é importante estar acessível ao eleitorado, e a participação e interação são ferramentas fundamentais nas redes sociais. No entanto, antes do período eleitoral, Mara Lima não permitia comentários em suas postagens. Essa prática é adotada por muitos canais e personalidades para evitar mensagens ofensivas ou mesmo para não incentivar a interação. No entanto, essa atitude não passou despercebida e foi mencionada pela usuária @camilasalvador em seu comentário: “olha só, agora vocês liberaram os comentários, né!”.

Se é necessário para as candidatas estarem disponíveis, a abertura dos comentários nas redes sociais da Deputada durante o período eleitoral confirma essa necessidade. Embora as mulheres tenham uma maior aceitação na conversa com o público, a comunicação política não-eleitoral da deputada não envolvia interação. Com a chegada das eleições, o relacionamento começou a ser inserido, embora em nenhum momento tenha sido observado que ela tenha respondido ou interagido com os comentários recebidos.



A Imagem 04 também apresenta outros comentários relevantes para análise. Como a deputada faz parte da bancada evangélica, é possível notar a presença das palavras “Deus”, “Jesus”, “oração” e emojis relacionados à religião. Além disso, há uma mensagem de apoio ao candidato Bolsonaro e outra com críticas à forma como os deputados evangélicos desempenham seu trabalho (sem uma crítica direta à Deputada).

### Imagem 04 – Print de tela dos comentários mais relevantes na postagem da deputada Mara Lima



Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022



### 4.3 Mabel Canto

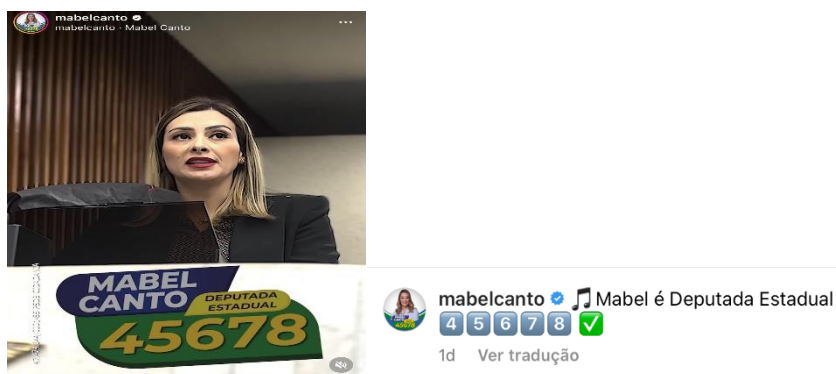
Pela primeira vez ocupando uma cadeira no legislativo estadual, Mabel Canto é casada, mãe de dois filhos, advogada e radialista. Como fica claro em seu histórico no site da Assembleia<sup>4</sup>, ela também é filha de Jocelito Canto, um político paranaense. Em seu trabalho na Alep, ela foi autora da Lei do Parto Adequado e do Projeto Garagem Mulher. Segundo informações oficiais no site, ela destina metade do seu salário desde o início do mandato para instituições sociais e pessoas em situação de vulnerabilidade da região.

Ao contrário das outras candidatas, Mabel anuncia seu número e lança sua campanha não apenas com uma imagem estática, mas também com um vídeo curto, em que cenas de seu cotidiano familiar e sua atuação como deputada estadual são mostradas. A memória é outra característica da web que pode ser usada nas campanhas eleitorais como uma forma de comprovar o trabalho realizado.

Além disso, desempenha um papel fundamental para a continuidade do mandato da deputada, já que retoma a característica de uma mulher que trabalha e que teve uma atuação forte dentro da Alep. A memória, diferente da história, sempre estabelece uma conexão entre o presente e a representação do passado (SODRÉ, 2009). Ao retomar seu trabalho na Assembleia, a deputada Mabel também demonstra a noção de continuidade, em um processo de construção e reconstrução política a partir de sua chegada.

Outra diferença de Mabel em relação às outras candidatas está na presença de um jingle em sua campanha. A música é, inclusive, a legenda de sua postagem.

#### Imagem 05 – Print de tela do lançamento da candidatura de Mabel Canto à reeleição



Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022

<sup>4</sup> Informação disponível em: <https://www.assembleia.pr.leg.br/deputados/perfil/mabel-canto>. Acesso em: 14 ago. 2022.

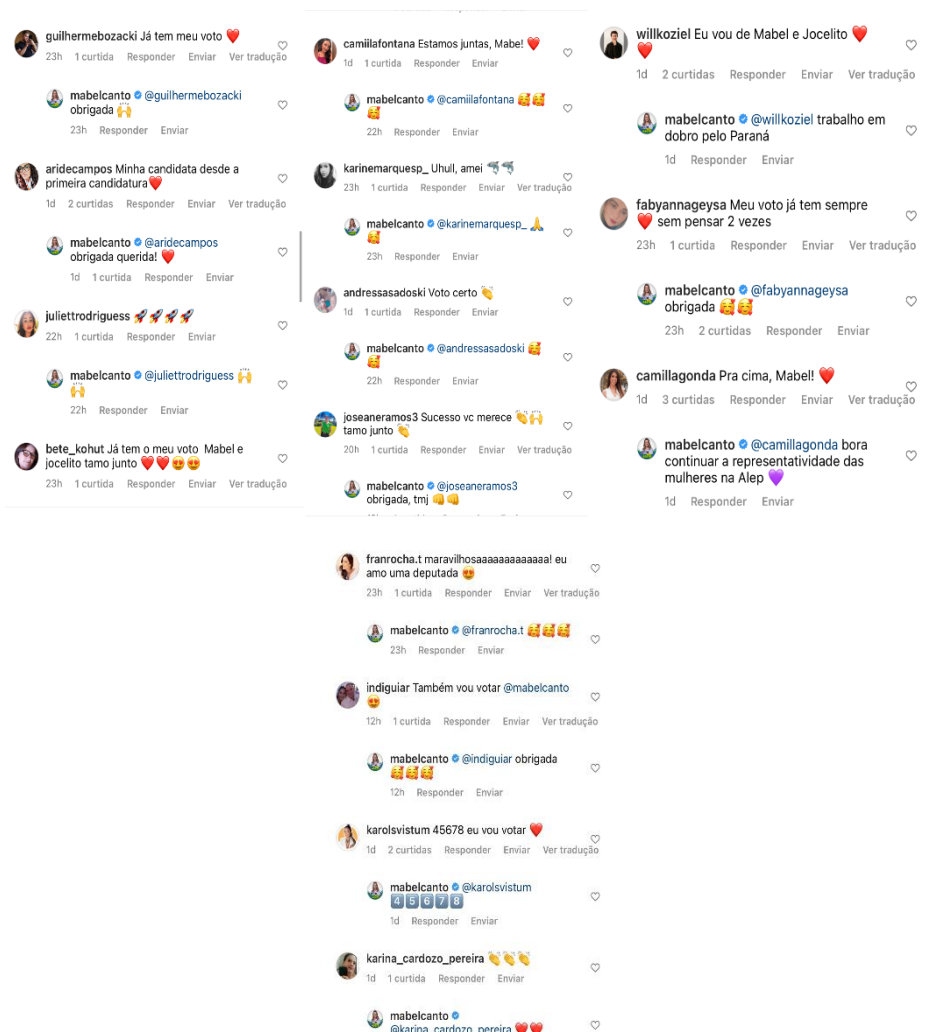
O vídeo de lançamento da candidata reflete a ligação dela com seu pai, Jocelito Canto, candidato a Deputado Federal. Nos comentários dos usuários nas redes de Mabel, essa relação é mencionada quando falam sobre a “dobradinha” de votos entre pai e filha.

Aqui, é importante ressaltar o estereótipo que muitas candidatas mulheres, como Mabel, Maria Victória e Cristina Silvestri, enfrentam: a ideia de que elas só conseguem alcançar cargos políticos por estarem relacionadas aos homens de suas famílias. A política de cotas exige que os partidos políticos incentivem a participação de mais mulheres nas disputas eleitorais e, ao mesmo tempo, facilita a entrada de mulheres que já estavam próximas dos processos decisórios, seja por serem esposas ou filhas de políticos.

O capital político dessas instituições revela-se de suma importância no processo de seleção e transferência de votos. Em determinadas circunstâncias, tal afirmativa é corroborada, como evidenciado no caso das três deputadas mencionadas, cujo respaldo familiar conferiu-lhes a oportunidade de alcançarem o cargo de Deputadas. Ao mesmo tempo, reconhecemos que muitas mulheres acabam sendo ainda mais excluídas do processo, justamente por não fazerem parte da elite partidária e, portanto, não conseguem participar da chamada “democracia interna” dos partidos políticos.

Ao analisar a realidade da Assembleia Legislativa do Paraná, das 5 deputadas, apenas duas não têm esse apelo familiar. Portanto, pertencer a um grupo político estruturado é um facilitador para a eleição de mulheres no Paraná. Essa relação também é observada entre os candidatos homens, com a presença de vários deputados provenientes de famílias tradicionais no cenário paranaense, como Requião Filho, Anibelli Neto e Artagão Júnior.

### Imagem 06 – Print de tela dos comentários mais relevantes na postagem da deputada Mabel Canto



Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022

Entre todas as candidatas analisadas, Mabel foi a única que interagiu com seus usuários, comentando as postagens e curtindo os comentários. Recuero, ao destacar a análise das redes sociais, ressalta a importância do engajamento para a construção das redes. Assim, ao interagir, em vez de afastar os usuários, estimula-se a inclusão na construção de significados e, conseqüentemente, valoriza-se o que é produzido. Como o engajamento faz toda a diferença na entrega de conteúdo, especialmente devido aos algoritmos, é relevante realizar esse trabalho, pois o número de curtidas e interações está diretamente relacionado ao feedback do público em relação ao que estou produzindo, bem como à forma como o conteúdo será entregue aos demais possíveis eleitores.

#### 4.4 Maria Victória

Deputada estadual em seu segundo mandato, Maria Victoria é filha de políticos e destaca em sua biografia no site da Assembleia<sup>5</sup>, que acompanhou a trajetória de sua família enquanto se preparava para exercer a função pública. Ela ressalta sua independência e preparo, acreditando que a formação de uma sociedade mais humana passa principalmente pela Educação. Além de ser empresária no setor, dedica seu mandato na Assembleia Legislativa do Paraná especialmente à Educação e à Saúde, destacando sua atuação frente às Doenças Raras. Assim como na campanha de Mabel Canto, a biografia de Maria Victoria reforça o estereótipo de ser filha de políticos.

É interessante notar que as três últimas candidatas citadas possuem um padrão visual semelhante, especialmente em relação às cores: verde, amarelo e azul, associadas à campanha do governador Ratinho Júnior e também à do presidente Jair Bolsonaro.

Diferentemente de outras candidatas, Maria Victoria e Mara Lima não enfatizam seu trabalho realizado na Assembleia, nem retomam suas pautas e atividades durante o mandato. Isso pode ser uma estratégia para afastar a ideia de renovação política que foi prevalente em legislaturas anteriores. A noção de que as Câmaras Legislativas precisam de novas figuras pode novamente ser uma premissa eleitoral, e ambas as candidatas podem ter adotado essa estratégia para não perder eleitores em potencial. Portanto, trata-se de uma estratégia de comunicação eleitoral.

---

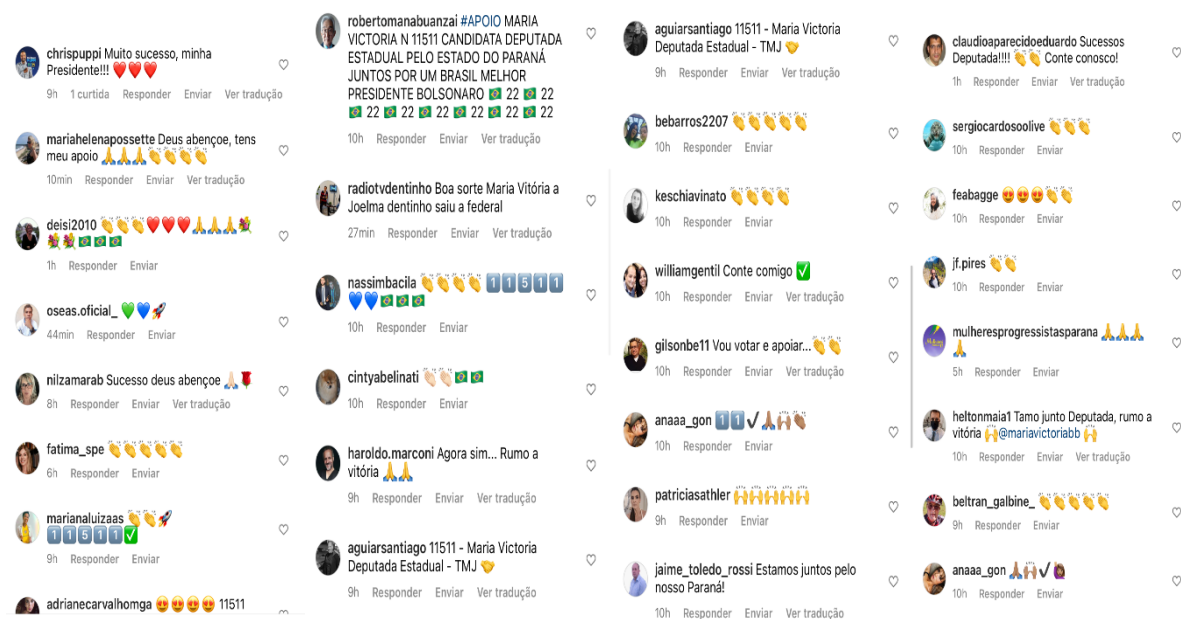
<sup>5</sup> Informação disponível em: <<https://www.assembleia.pr.leg.br/deputados/perfil/maria-victoria>>. Última visualização em 14 de agosto de 2022.

Imagem 07 – Print de tela do lançamento da candidatura de Maria Victória à reeleição



Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022

A relação com Jair Bolsonaro fica ainda mais evidente nos comentários recebidos em sua postagem. Na imagem 08, é possível observar que há comentários de apoio à candidata que fazem referência direta à campanha do presidente, como o uso de emojis com a bandeira do Brasil. Apesar de não fazer parte ativamente da bancada evangélica, a relação dos pais da candidata com o presidente, que possui um apelo evangélico notável, faz com que ela também receba o apoio desse público. Isso é evidenciado pelos emojis relacionados à religião, bem como pelo uso das palavras “Oração” e “Deus”.

**Imagem 08** – Print de tela dos comentários mais relevantes na postagem da deputada Maria Victória

Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022.

Não se observam quaisquer comentários relacionados ao desempenho de sua função como deputada estadual na Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (Alep), tampouco se evidencia o destaque dado ao seu trabalho no campo educacional, conforme mencionado em sua biografia.

#### 4.5 Luciana Rafagnin

A última deputada analisada é Luciana Rafagnin. Filiada ao Partido dos Trabalhadores, a deputada foi eleita pela primeira vez em 2002 e exerceu o cargo por dois mandatos consecutivos até 2010. Após esse período, não ocupou cargos legislativos até a última eleição em 2018. Em sua biografia no site da Assembleia Legislativa do Paraná<sup>6</sup>, ela afirma ter uma história de vida e participação ativa nas lutas em defesa dos direitos das mulheres, dos idosos, das crianças, da educação, da saúde, da agricultura familiar, da inclusão social e do desenvolvimento regional. Além disso, ela tem se dedicado a causas como, a melhoria das condições de vida nos acampamentos e assentamentos de reforma agrária, a defesa das famílias afetadas pelas barragens no Paraná, a qualidade do ensino e a valorização dos trabalhadores da educação.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.assembleia.pr.leg.br/deputados/perfil/luciana-rafagnin>. Acesso em: 14 ago. 2022.

Como a única deputada essencialmente de oposição ao governador Ratinho Junior e ao presidente Jair Bolsonaro, a campanha da candidata petista apresenta um layout completamente diferente das demais. Além de utilizar cores fora do padrão eleitoral, como azul e verde, a deputada também é a única que explicita seu apoio a candidaturas ao Senado, ao Governo e à Presidência.

No entanto, no texto de apoio ao lançamento da candidatura, não é feita referência ao fato de ela já ser uma deputada com experiência e ter atuado na Assembleia por três mandatos, como as candidatas Maria Victória e Mara Lima.

### Imagem 09 – Print de tela do lançamento da candidatura de Luciana Rafagnin à reeleição



Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022

A única candidata que recebeu comentários negativos relacionados ao seu partido político foi Luciana, o que é esperado em tempos de polarização política. O usuário @leoluizchiapetti deseja sorte à sua prima (possivelmente a deputada), mas ressalta que é difícil alguém do PT conseguir se eleger. Já o usuário @alves.francisco17, claramente um eleitor de Jair Bolsonaro (referência ao antigo número), comentou duas vezes, uma afirmando que Bolsonaro será reeleito e outra chamando o PT de desgraça. Além disso, foram utilizados emojis de descontentamento e tristeza, demonstrando revolta e indignação. Na imagem 10, são apresentados os principais comentários recebidos na postagem de lançamento da candidatura de Luciana.



**Imagem 10** – Print de tela dos comentários mais relevantes na postagem da deputada Luciana Rafagnin



Fonte: Print de tela realizado em 17 de agosto de 2022.

Mesmo sendo uma prática comum na maioria dos perfis comerciais e políticos, a candidata optou por não apagar os comentários contrários que recebeu. Essa decisão pode ter sido motivada pelo fato de que apagar os comentários reduziria a interação e o alcance do conteúdo. Ao mesmo tempo, essa escolha pode ter sido feita para deixar evidente o quanto o discurso de ódio pode surgir ao longo da campanha, bem como para demonstrar aos seus apoiadores que a candidata está disposta a lidar com opiniões divergentes.

## **5. Considerações finais**

Esta pesquisa está em fase exploratória, representando a primeira etapa de um projeto mais abrangente que visa compreender a comunicação eleitoral das candidaturas à Deputada Estadual no Paraná em 2022. Mesmo nesse estágio inicial, já é possível identificar algumas relações entre as candidatas que buscam a reeleição e a construção de suas campanhas eleitorais.

Uma das principais características é a presença ativa de seu capital político familiar. Esse aspecto é particularmente relevante para as candidatas Maria Victória, Cristina Silvestri e Mabel Canto, cujas relações familiares serão reforçadas durante a eleição. Outra característica que se destaca desde o lançamento das campanhas é como algumas candidatas enfatizam sua atuação como deputadas (Mabel e Cristina), enquanto outras deixam de lado seu trabalho anterior (Mara, Maria e Luciana).

Além dos perfis individuais das candidatas, também observamos o perfil oficial dos partidos políticos, embora a maioria deles não faça referência direta das candidatas à reeleição. Por exemplo, no perfil oficial do PT Paraná, há apenas fotos do candidato a deputado estadual Requião Filho. O Republicano enfatiza apenas a campanha do governador, com uma postagem conjunta da candidata a deputada federal Janaína Naumann. Os Progressistas destacam a Deputada Maria Victória em várias postagens, mas nenhuma delas relacionada à sua disputa pela reeleição, focando apenas em seu papel como presidente do partido. Por fim, no PSDB Paraná, há postagens da candidata Mabel Canto, mas nenhuma menção ou imagem de Cristina Silvestri é incluída nas publicações.

Ao final dessa pesquisa abrangente, será possível compreender o que se manteve constante e o que foi essencialmente relevante para a reeleição das deputadas estaduais no Paraná, com base nas análises e observações iniciais das campanhas. Além disso, será explorado se esses elementos podem contribuir de alguma forma para aumentar a participação bem-sucedida de mais mulheres nas disputas eleitorais.

## REFERÊNCIAS

- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- CIACOLETTO, A. **Estudios urbanos, gênero y feminismo**: Teoria e experiências. Barcelona: Coletiu Punt 6, 2012.
- GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2010.
- KINGDON, J. **Agendas, Alternatives, and Public Policies**. 3. ed. New York: 2003.
- MONTANER, J. M. Gênero e visão del mundo. *In*: VALDIVIA, B. G.; CIACOLETTO, A. **Estudios urbanos, gênero y feminismo**: Teoria e experiências. Barcelona: Coletiu Punt 6, 2012.
- PANKE, L. **Campanhas eleitorais para mulheres**: desafios e tendências. Curitiba: Ed. UFPR, 2016.
- PANKE, L.; IASULAITIS, S. Mulheres no poder: aspetos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais. **Opinião Pública**, Campinas, v. 22, n. 2, ago. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/nPwPLVHpnbF3sYpTZps9WCs/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 jul. 2022.
- RECUERO, R. **Introdução à análise de redes sociais**. [S. l.]: [s. n.], 2009.
- SODRÉ, M. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- VITTADINI, N. Comunicar con los Nuevos Media. *In*: BETTETINI, G.; COLOMBO, F. **Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación**. Barcelona: [s. n.], 1995.

### *CRediT Author Statement*

---

**Reconhecimentos:** Não aplicável.

**Financiamento:** Não aplicável.

**Conflitos de interesse:** Não há conflitos de interesse.

**Aprovação ética:** Não aplicável.

**Disponibilidade de dados e material:** Os dados e materiais utilizados no trabalho estão disponíveis para acesso com os dados e referências disponibilizados.

**Contribuições dos autores:** Luciana Panke autora da teoria e supervisora. Renata Caleffi autora da contextualização e dos apontamentos.

---

**Processamento e editoração:** Editora Ibero-Americana de Educação.  
Revisão, formatação, normalização e tradução.

