

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

LARISSA FERREIRA VIANA

**Corpo político, corpo estratégico: gênero e marketing na campanha eleitoral de Duda
Salabert para a Prefeitura de BH**

Mariana
2025

Larissa Ferreira Viana

Corpo político, corpo estratégico: gênero e marketing na campanha eleitoral de Duda Salabert para a prefeitura de BH

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Mariana Barbosa Gonçalves

Mariana
2025

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

V614c Viana, Larissa Ferreira.

Corpo político, corpo estratégico [manuscrito]: gênero e marketing na campanha eleitoral de Duda Salabert para a prefeitura de BH. / Larissa Ferreira Viana. - 2025.

80 f.: il.: color., gráf., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Mariana Gonçalves.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Comunicação - Aspectos políticos. 2. Eleições. 3. Estratégia (Filosofia). 4. Marketing político. 5. Transexualidade. I. Gonçalves, Mariana. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 316.346.2

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário CRB6 1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

Larissa Ferreira Viana

Corpo político, corpo estratégico: gênero e marketing na campanha eleitoral de Duda Salabert para a prefeitura de BH,

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo

Aprovada em 05 de setembro de 2025

Membros da banca

Profa. Dra. Mariana Barbosa Gonçalves - Orientador(a) (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa. Dra. Dayana Cristina Barboza Carneiro - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa. Dra. Chloé Catarina Fraga Leurquin - (Universidade Federal de Minas Gerais)

Cláudio Rodrigues Coração, coordenador do curso de Jornalismo, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 25/03/2026



Documento assinado eletronicamente por **Claudio Rodrigues Coracao, COORDENADOR(A) DE CURSO DE JORNALISMO**, em 25/03/2026, às 16:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1081215** e o código CRC **A00140FB**.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me conceder saúde, força e perseverança para concluir mais esta etapa da minha vida. Foram anos de muitas oportunidades e aprendizados que conciliaram o trabalho e os estudos. Também sou grata às políticas públicas de fomento à educação, como o REUNI, que tornaram possível estudar na UFOP, com um ensino gratuito e de qualidade. Estendo minha gratidão a todas as mulheres que vieram antes e ao meu lado, enfrentando desigualdades e abrindo caminhos para que outras pudessem sonhar, estudar e ocupar espaços de poder.

Agradeço aos meus familiares, pelo amor e apoio incondicionais durante toda a minha trajetória acadêmica e por me mostrarem, desde muito cedo, que os estudos abrem mais do que portas, abrem a nossa cabeça. À minha coragem de viajar mais de dois mil quilômetros, durante cinco dias de estrada, sem muitas certezas, deixando para trás toda a minha vida e recomeçando do zero em uma nova cidade, a fim de realizar o meu sonho de me tornar jornalista.

Sou muito grata à minha orientadora, Mariana Gonçalves, pelo acompanhamento cuidadoso, pelo incentivo constante ao longo do desenvolvimento deste trabalho e por nunca ter desistido de mim. Ao meu filho, Pedro Miguel, que me inspira todos os dias a ser uma pessoa melhor para ele e para o mundo. É por ele que renovo meu compromisso com a educação como caminho de transformação individual e coletiva. A curiosidade de uma criança que me ensina a olhar o mundo com mais atenção e responsabilidade, além de me lembrar de que formar-se não é apenas um ato pessoal, mas também um gesto de cuidado com as próximas gerações. Que a minha trajetória possa servir-lhe de exemplo de que o conhecimento liberta.

E, por fim, a todas as pessoas que, de alguma forma, fizeram parte deste processo e me inspiraram a seguir com dedicação e coragem. Em especial, às que conheci ao longo dos caminhos profissionais que percorri na Câmara Municipal de Mariana, na Prefeitura de Mariana, na Prefeitura de Ouro Preto e na Câmara dos Deputados, onde tive a oportunidade de aprender, trocar experiências e fortalecer minha convicção de que a comunicação pública é uma ferramenta potente de transformação social. Cada encontro, cada conversa, cada desafio enfrentado nesses espaços contribuiu para a construção do que sou hoje.

*“Antes que as mulheres pudessem mudar o patriarcado, era necessário mudar a nós mesmas;
precisávamos criar consciência.”*

(bell hooks)

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01 - Publicação em formato carrossel, onde o último <i>card</i> tem um <i>call to action</i> para compartilhamento.....	28
FIGURA 02 - Publicação subvertendo as expectativas sobre discursos de gênero e pautando políticas públicas em educação.....	31
GRÁFICO 01 - Formato.....	37
GRÁFICO 02 - Tema principal.....	38
GRÁFICO 03 - Objetivo do post.....	39
GRÁFICO 04 - Enquadramento da identidade.....	40
GRÁFICO 05 - Público-alvo.....	41
TABELA 1 - Postagens selecionadas para análise no instagram de Duda Salabert.....	43
FIGURA 03 - Imagem que evidencia a performatividade de gênero e a construção de uma presença política sensível e resistente.....	47
FIGURA 04 - Uma dentre tantas publicações onde a Duda performa o gênero usando peças atribuídas ao feminino dentro da lógica binária.....	51
FIGURA 05 – Duda aparece com visual marcado por elementos tradicionalmente associados ao feminino (roupa rosa, maquiagem, brincos, colar e penteado), compondo uma performatividade.....	53

RESUMO

Esta pesquisa pretende analisar as publicações da então candidata Duda Salabert à Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, na rede social *Instagram*, no pleito de 2024. A candidata, deputada federal por Minas Gerais, é uma mulher trans, condição que a trouxe alguns reveses na política. Por isso, a pesquisa traz autores e autoras para refletir gênero e sexualidade, em uma tentativa de compreender a relação entre gênero e política. A partir das publicações de Salabert na rede social on-line *Instagram*, no período de 16 de agosto de 2024 a 02 de outubro do mesmo ano, foi construída uma planilha para categorizar os conteúdos. Uma vez que isto é feito, parte-se para a análise aprofundada de 22 publicações. Para pensar a abordagem adotada pela candidata, este estudo mobiliza estudiosos do marketing político e de gênero. As informações coletadas ajudam a situar a campanha da candidata, que foi derrotada ainda no primeiro turno. Considerando a análise criteriosa do *corpus*, é possível estabelecer pontos de insurgências na candidatura – que desafia o *status quo* – ao mesmo tempo que apresenta contradições e limites.

Palavras-chaves: comunicação política; marketing político; estratégia eleitoral; gênero; transexualidade.

ABSTRACT

This research aims to analyze the publications of then-candidate Duda Salabert for the Municipal Government of Belo Horizonte on the social network Instagram during the 2024 elections. The candidate, a federal deputy from Minas Gerais, is a trans woman, a condition that has brought her certain setbacks in politics. For this reason, the study draws on authors who reflect on gender and sexuality in an attempt to understand the relationship between gender and politics. Based on Salabert's publications on Instagram, from August 16 to October 2, 2024, a spreadsheet was created to categorize the content. Once this was done, an in-depth analysis of 22 publications was carried out. To better understand the approach adopted by the candidate, this study engages scholars of political marketing and gender. The information collected helps situate the candidate's campaign, which was defeated in the first round. Considering the careful analysis of the corpus, it is possible to identify points of insurgency in the candidacy—challenging the status quo—while also revealing contradictions and limitations.

Keywords: political communication; political marketing; electoral strategy; gender; transsexuality.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. DUDA SALABERT: TRAJETÓRIA DE VIDA.....	14
1.1. Quando o ‘outro’ adentra na política.....	16
2. MARKETING POLÍTICO DIGITAL.....	21
2.1. Para além de Belo Horizonte: campanhas políticas no mundo e a força no digital.....	29
2.2 No Brasil: campanha presidencial do Bolsonaro e o uso do digital.....	31
3. CAMINHOS DA ANÁLISE.....	33
3.2. Análise discursiva e imagética das postagens.....	41
3.2. Análise dos Dados.....	43
3.2.1. Performatividade e identidade de gênero.....	43
3.2.2. Afetividade e pedagogia da presença.....	46
3.2.3. Conflito e enfrentamento da transfobia.....	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
APÊNDICES.....	58

INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso propõe uma análise de conteúdo das publicações no *feed* do Instagram oficial da deputada federal Duda Salabert (PDT) durante a campanha eleitoral para a Prefeitura de Belo Horizonte, em 2024. O estudo busca compreender as estratégias de marketing político empregadas e a maneira como a perspectiva de gênero foi mobilizada no discurso da candidata.

A escolha deste objeto de estudo está alinhada à minha experiência profissional na assessoria de comunicação política, a qual tem me permitido observar de forma privilegiada as dinâmicas e disputas simbólicas presentes em diferentes contextos do cenário político brasileiro. Também reverbera minha trajetória pessoal e profissional. Sou uma mulher nordestina, parda, cisgênero e heterossexual, que migrou para Mariana afim de realizar a graduação em jornalismo. Foi no exercício da assessoria de comunicação política que tive contato mais direto com essas realidades, o que me provocou a refletir sobre tais questões a partir do lugar de alguém que integra um grupo socialmente privilegiado. Minha trajetória profissional inclui a atuação junto a uma mulher LGBTQIAPN¹, de orientação política de esquerda, no cargo de vice-prefeita no interior de Minas Gerais, seguida pela assessoria a um homem branco, de centro-direita, cisgênero, ocupando um mandato na Câmara dos Deputados.

Essas experiências evidenciaram a existência de discursos e pautas divergentes, assim como as resistências e exclusões que acometem indivíduos que não se enquadram nos padrões heteronormativos tradicionalmente aceitos nos espaços de poder. Essas observações, que impactaram profundamente minha compreensão sobre a comunicação política, motivaram a escolha do tema para esta pesquisa.

Além disso, a concepção deste estudo foi reforçada por uma reflexão suscitada durante uma aula magna do curso de Economia da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), na qual Duda Salabert questionou de maneira instigante e poética: “O que você faz com os seus privilégios?”. Essa interrogação despertou em mim o desejo de desenvolver um trabalho que transcende a obtenção do diploma, contribuindo para o debate acadêmico sobre a diversidade

¹ ORIENTANDO. *Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Queer, Intersexo, Assexuais, Pansexuais e Não-binárias e outras identidades*. Disponível em: <<https://orientando.org/o-que-significa-lgbtqiap/>>. Acesso em: 30 mar. 2025.

de gênero na política – um espaço hegemonicamente ocupado por homens brancos e cisgêneros.

Duda Salabert é uma mulher transexual e lésbica, casada com Raísa Salabert há 16 anos e mãe de Sol, criança criada sem imposição de gênero e com nome neutro². Professora de literatura em uma instituição privada de elite em Belo Horizonte, realizou sua transição de gênero nesse contexto, conciliando o ambiente de privilégio com os desafios impostos às pessoas trans em uma sociedade historicamente excludente. Sua trajetória política inclui o mandato de vereadora em 2020 e a eleição como deputada federal em 2022. Em 2024, concorreu à Prefeitura de Belo Horizonte, ampliando sua visibilidade no cenário político nacional. Para além da atuação institucional, sua presença em espaços tradicionalmente marcados por privilégios e resistentes à diversidade de gênero, evidencia o caráter interseccional de sua existência e o desafio que representa às normativas sociais vigentes.

A realidade da população trans no Brasil – na qual aproximadamente 90% recorrem à prostituição para subsistência³ – contrasta com a trajetória da deputada, mas não a exime dos desafios e violências que atravessam essa identidade. Sua presença na política e sua história pessoal reforçam a necessidade de problematizar questões de gênero e diversidade nos espaços de poder.

Nesse sentido, esta pesquisa visa investigar e compreender os processos comunicacionais e estratégias discursivas empregados na campanha eleitoral de Duda Salabert, a partir de um recorte de gênero e da análise do marketing político, contribuindo para o debate sobre representatividade⁴ e inclusão na esfera pública.

Ao longo do trabalho, algumas postagens publicadas pela candidata em seu perfil no Instagram serão apresentadas e discutidas como exemplos ilustrativos das estratégias comunicacionais analisadas, permitindo aproximar a discussão teórica do material empírico que compõe o corpus da pesquisa.

No primeiro capítulo deste trabalho, abordaremos a trajetória de vida e a atuação política de Duda Salabert, situando sua candidatura à Prefeitura de Belo Horizonte em 2024

² Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Duda_Salabert. Acesso em: 12 ago. 2025.

³ ANTRA. *ANTRA representa o Brasil em audiência na CIDH sobre a situação das pessoas LGBTI*. Disponível em: <<https://antrabrasil.org/2019/11/21/antra-representa-o-brasil-em-audiencia-na-cidh/>>. Acesso em: 30 mar. 2025.

⁴ Neste trabalho, o termo representatividade refere-se à expressão dos interesses de determinados grupos sociais por meio de representantes que falam e atuam em seu nome. No campo político e social, o conceito está relacionado à presença e à visibilidade de grupos historicamente sub-representados em espaços de poder, decisão e produção simbólica, como a política, a mídia e outras instituições sociais, sendo frequentemente reivindicado por movimentos sociais que buscam reconhecimento e igualdade de participação na vida pública.¹

no contexto das disputas políticas atuais, com ênfase nas questões de gênero, representatividade e o conceito do “Outro” na política institucional.

No segundo capítulo, faremos uma análise aprofundada do marketing político digital, examinando a evolução das campanhas eleitorais no Brasil e no mundo, com destaque para o uso das redes sociais e das ferramentas digitais nas estratégias de comunicação política. Serão discutidos casos emblemáticos, como as campanhas presidenciais de Barack Obama, Donald Trump e Jair Bolsonaro, para compreender as transformações trazidas pela era digital no processo eleitoral.

Já o terceiro capítulo será dedicado à metodologia adotada na pesquisa e a análise do objeto, detalhando a Análise de Conteúdo aplicada às postagens do perfil oficial de Duda Salabert no Instagram, durante o período eleitoral de 2024. Serão apresentados os critérios de seleção, as categorias analisadas e o enfoque qualitativo e quantitativo, visando identificar as estratégias discursivas, narrativas e de engajamento que marcaram a campanha digital da candidata.

1. DUDA SALABERT: TRAJETÓRIA DE VIDA

Segundo relato autobiográfico da parlamentar⁵, a deputada federal Duda Salabert nasceu em Belo Horizonte, em 1981, e construiu sua trajetória pública marcada pelo enfrentamento de preconceitos e pela defesa de direitos humanos e justiça social. Filha de um torneiro mecânico e de uma costureira negra que não concluiu o ensino fundamental, cresceu em um contexto de origem popular, com forte presença do trabalho manual na história familiar. Seu avô paterno foi carteiro e o avô materno pipoqueiro. Embora tenha nascido em Belo Horizonte, passou grande parte da infância e da adolescência em Contagem, município integrante da Região Metropolitana belorizontina.

Bolsista durante o ensino médio no Colégio Santo Agostinho, instituição de prestígio na cidade, e posteriormente aluna do curso de Letras na PUC Minas, Duda consolidou sua vocação para a educação e, ao longo de mais de duas décadas, atuou como professora de literatura. Sua experiência no campo educacional tornou-se um dos pilares de sua atuação pública, conectando educação, cidadania e transformação social. Nesse percurso, também idealizou e promoveu a ONG Transvest, iniciativa voltada ao suporte social, educacional e profissional de pessoas travestis e transexuais na capital mineira, de acordo com sua biografia no site da Câmara dos Deputados.⁶

Sua trajetória política começa a se delinear ainda em experiências de participação estudantil, com passagens por grêmio e diretório acadêmico. Entretanto, a própria parlamentar identifica nas mobilizações das Jornadas de Junho de 2013⁷ um marco fundamental para o despertar de seu engajamento político. Em 2016, filiou-se ao Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e, em 2017, realizou sua transição de gênero, processo que também passou a integrar sua narrativa pública e sua atuação política. Em 2018, candidatou-se ao Senado por Minas Gerais, tornando-se a primeira candidata travesti a disputar o cargo no estado. Em 2019, deixou o PSOL após acusar o partido de "transfobia estrutural"⁸ e filiou-se ao Partido Democrático Trabalhista (PDT), legenda na qual permanece atuando até a publicação deste material. O PDT é um partido político brasileiro fundado em 1979 por Leonel Brizola, com raízes no trabalhismo e historicamente associado a pautas nacional-desenvolvimentistas e de defesa de direitos sociais. No entanto, a atuação da legenda apresenta variações conforme os contextos regionais. Em Belo Horizonte, por exemplo, setores do partido passaram a incorporar agendas mais alinhadas a pautas progressistas, sobretudo no campo dos direitos humanos e das políticas de diversidade, o que possibilitou a inserção de novas lideranças.

⁵ SALABERT, Duda. Relato autobiográfico concedido ao jornal O Tempo, publicado em vídeo na plataforma YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=I45XK60SDCw&t=396s>. Acesso em: 15 mar. 2026.

⁶ BRASIL. Câmara dos Deputados. Duda Salabert. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/secretarias/secretaria-da-mulher/coordenadoria-dos-direitos-da-mulher/bancada-feminina-57a-legislatura-2023-2027/duda-salabert>. Acesso em: 15 mar. 2026

⁷ As Jornadas de Junho de 2013 foram uma série de mobilizações de massa ocorridas em diversas cidades brasileiras, reunindo milhões de pessoas em torno de pautas como transporte, corrupção e serviços públicos.

⁸ ESTADO DE MINAS. Duda Salabert acusa PSOL de transfobia e sai do partido. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2019/04/22/interna_politica,1047978/duda-salabert-acusa-psol-de-transfobia-e-sai-do-partido.shtml. Acesso em: 15 mar. 2026.

Esse cenário também se insere em um momento de disputas internas na legenda, especialmente após o rompimento político entre o grupo liderado pelos irmãos Ciro Gomes (PDT) e Cid Gomes (então no PDT, atualmente no PSB), figuras centrais do PDT no Ceará, e a direção nacional do partido. Durante décadas, o grupo político dos Ferreira Gomes exerceu forte influência na política cearense, estruturando alianças e lideranças vinculadas ao trabalhismo regional e consolidando o PDT como uma das principais forças políticas do estado. As tensões se intensificaram em torno de divergências estratégicas e eleitorais, culminando na saída de parte do grupo em 2023, com a desfiliação de Cid Gomes, enquanto Ciro Gomes permaneceu na legenda. Esse episódio evidenciou as disputas internas e a heterogeneidade ideológica presente no interior do partido, reforçando que as posições políticas assumidas pela legenda podem variar significativamente entre diferentes territórios e lideranças.

No Ceará, o enfraquecimento dessa articulação política também abriu espaço para a emergência de novas lideranças com forte presença nas redes sociais e discursos alinhados a setores mais conservadores do espectro político, como André Fernandes (PL). Em Minas Gerais, fenômeno semelhante pode ser observado com figuras como Bruno Engler (PL), cuja projeção política também se consolidou a partir da mobilização digital e da comunicação direta com o eleitorado.

A projeção nacional de Duda Salabert ganhou força com sua eleição, em 2020, como a primeira mulher trans eleita vereadora de Belo Horizonte, rompendo barreiras históricas em um cenário político ainda marcado por desigualdades estruturais. Em 2022, ampliou sua atuação ao ser eleita deputada federal por Minas Gerais, com expressiva votação —208.332 votos —, tornando-se a mais votada da história do estado para a Câmara dos Deputados.

Em seus mandatos, a parlamentar organiza sua agenda política a partir da emergência climática como eixo estruturador das demais pautas. A partir desse “guarda-chuva”, articula temas como acesso e direito à água, segurança hídrica, desenvolvimento urbano e rural, mobilidade urbana e gestão de resíduos sólidos. Também se destaca pela atuação na defesa de direitos humanos, especialmente da população LGBTQIAPN+, e pela autoria de iniciativas legislativas voltadas à justiça social, como a lei relacionada à dignidade menstrual.

Moradora do bairro Alto Caiçaras, em Belo Horizonte, Salabert define-se como ambientalista e vegana, vivendo em uma família multiespécie composta por animais resgatados — entre eles gatos, cachorros, um coelho e uma colmeia de abelhas — o que reforça a coerência entre sua vida privada e sua agenda pública voltada à defesa ambiental.

A vida pública de Duda é marcada por sua coragem em enfrentar discursos conservadores e por sua capacidade de comunicar ideias complexas com clareza e sensibilidade. Seu corpo em si é um ato político: em um ambiente institucional historicamente dominado por homens brancos, cisgêneros e heterossexuais, sua presença tensiona normas, desafia padrões e denuncia as violências invisibilizadas. Como afirma: “Para nós, pessoas

travestis e transexuais, a política não é opção, ela é destino, sina. Os nossos corpos já são políticos, eles tencionam um binarismo que há na sociedade, tencionam uma lógica cisheteronormativa. A gente é político por natureza”⁹. A declaração sintetiza sua visão política e filosófica, afinal estar ali, ocupar esse espaço, já é um gesto de enfrentamento e transformação.

O cenário político em Belo Horizonte nas eleições municipais de 2024 foi tenso e polarizado. Em um contexto nacional de desgaste das instituições democráticas e de uma crescente radicalização política, a eleição para a prefeitura da capital mineira refletiu as disputas ideológicas que atravessam o país. Duda Salabert lançou sua candidatura pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT) com o apoio de uma parte da frente progressista que reunia partidos de esquerda, movimentos sociais, organizações ambientais e coletivos LGBTQIAPN+. Sua candidatura representava a tentativa de romper com a lógica tradicional da política local, trazendo ao centro do debate temas como justiça climática, inclusão social e educação de qualidade, sempre ancorados em uma perspectiva interseccional.

Entre seus principais adversários estava Bruno Engler, filiado ao Partido Liberal (PL) e deputado estadual por Minas Gerais. À época da disputa, Engler encontrava-se em seu segundo mandato na Assembleia Legislativa de Minas Gerais e se destacava como uma das principais lideranças jovens do campo conservador no estado. Na eleição de 2022, obteve a maior votação para deputado estadual em Minas Gerais, alcançando 637.412 votos.

Nascido em Curitiba e radicado politicamente em Belo Horizonte, Engler construiu sua trajetória pública a partir da militância em grupos conservadores, tendo sido um dos articuladores do Movimento Direita Minas. Em 2020, dois anos após iniciar seu primeiro mandato parlamentar, disputou a Prefeitura da capital mineira com apoio do então presidente Jair Bolsonaro. Na ocasião, terminou a eleição em segundo lugar, com 9,95% dos votos válidos, sendo derrotado por Alexandre Kalil, que foi reeleito.

Na eleição municipal analisada neste trabalho, Engler voltou a disputar o Executivo municipal tendo como candidata a vice-prefeita a Coronel Cláudia, também filiada ao PL. Sua campanha foi marcada por um discurso fortemente alinhado ao campo bolsonarista, enfatizando pautas como segurança pública, oposição ao que denomina “ideologia de gênero” e defesa de valores morais associados ao cristianismo. Nesse contexto, sua estratégia

⁹ Disponível em:

<https://jornalggn.com.br/noticia/para-pessoas-trans-politica-nao-e-opcao-e-destino-diz-duda-salabert-ao-ggn/>.

Acesso em: 15 ago. 2025.

discursiva buscou mobilizar segmentos do eleitorado conservador da cidade, frequentemente estabelecendo antagonismo com movimentos sociais e agendas identitárias.¹⁰

Outro concorrente era Fuad Noman, do Partido Social Democrático (PSD), prefeito eleito e herdeiro político da administração anterior (para a qual iniciou o mandato como vice-prefeito, assumindo a cadeira com a saída de Alexandre Kalil, nas eleições de 2022). Noman representava uma política que utilizava do mote de “gestão eficiente” e diálogo com o setor empresarial, tentando se descolar das disputas ideológicas. Também participava da corrida eleitoral Mauro Tramonte, deputado estadual pelo Republicanos (ex-PRB). Em 2018, foi eleito deputado estadual de Minas Gerais com 516.390 votos, o mais votado do estado e o segundo mais votado do Brasil, atrás apenas de Janaína Paschoal (PSL); em 2022, reelegeu-se com 110.741 votos. Jornalista e apresentador de televisão, comandou o programa Balanço Geral por 17 anos, do qual anunciou sua saída em janeiro de 2025, após as eleições municipais, capitalizando sua visibilidade midiática e imagem de proximidade com o cidadão comum para ampliar sua base eleitoral.

Outro candidato de destaque no pleito foi Gabriel Azevedo (MDB). Vereador de Belo Horizonte desde 2017, foi eleito pela primeira vez em 2016 com 10.185 votos e reeleito em 2020 com 13.088 votos. Durante sua trajetória na Câmara Municipal, exerceu a presidência da Casa no biênio 2023–2024.

No primeiro turno das eleições para a Prefeitura de Belo Horizonte, os quatro candidatos mais votados, em ordem de votação, foram Bruno Engler, com 435.853 votos; Fuad Noman, com 336.442 votos; Mauro Tramonte, com 192.991 votos; e Gabriel Azevedo, com 133.728 votos. Com esse resultado, a candidatura de Noman avançou para o segundo turno, no qual disputou a eleição contra Engler. Ao final do pleito, Noman saiu vitorioso e foi eleito prefeito da capital mineira. Salabert ficou na quinta colocação no primeiro turno, com 97.315 votos.

A candidatura de Duda, por sua vez, segundo ela, “a única candidatura climática e compromissada com Belo Horizonte”¹¹ no pleito e que afirmava que não se resumia a um projeto individual ou partidário de poder, mas a uma proposta de refundação da cidade a partir

¹⁰ A “ideologia de gênero” é um termo pejorativo associado às discussões de gênero e sexualidade. Pessoas da mesma orientação política de Engler veem essas questões como uma ameaça à família heteronormativa e patriarcal.

¹¹ SALABERT, Duda. Declaração sobre sua candidatura à Prefeitura de Belo Horizonte em vídeo publicado no Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/reels/DAE_8nfReke/. Acesso em: 15 mar. 2026.

das margens. Sofreu inúmeros ataques transfóbicos durante a campanha, tendo sua identidade de gênero constantemente utilizada como alvo de piadas, memes e discursos de ódio nas redes sociais. A campanha de Duda, apesar de fracassada no pleito, revelou os limites da democracia brasileira, embora formalmente plural, ela ainda resiste à diferença quando se encarna em corpos dissidentes.

É nesse cenário que análises críticas como as de Pablo Stefanoni (2021), no livro *A rebeldia se tornou de direita*, se tornam fundamentais para entender o momento. Para o autor, “estaríamos diante de uma nova extrema direita, ou extrema direita 2.0, que usa uma linguagem e um estilo populistas” bem como “adotou características provocativas e antissistema graças à capacidade de modular a propaganda através de novas tecnologias” (Stefanoni, apud Forti, 2022, p. 37). Essa análise ajuda a explicar por que figuras como Engler conseguem mobilizar emocionalmente segmentos populares. A indignação que antes movia lutas sociais foi, em parte, apropriada por uma retórica autoritária que se apresenta como antissistema. Nesse contexto, a frase da deputada trans Duda Salabert, “Nem o espaço da derrota conquistamos ainda”¹², expressa a assimetria brutal na disputa simbólica e institucional enfrentada por setores historicamente marginalizados. A fala evidencia como a linguagem da indignação, quando apropriada pela extrema-direita, obscurece as lutas legítimas que ainda sequer conquistaram o direito pleno à representação, mesmo na derrota. Enquanto a nova direita performa um discurso de exclusão travestido de rebeldia, vozes como a de Salabert revelam a persistente negação de espaços democráticos básicos para aqueles que desafiam as normas de gênero, raça e classe.

Além disso, como alerta Alejandro Galliano (apud Stefanoni, 2022, p.34), “o realismo político e a necessidade de resistir foram encurralando a esquerda e os movimentos populares em formas de mobilização e organização essencialmente defensivas, locais e incapazes de ir mais longe que a mera reprodução das condições de vida já precárias dos grupos mobilizados”. Essa observação reforça o argumento de que a esquerda perdeu sua capacidade de projetar utopias transformadoras e acabou confinada a disputas simbólicas em áreas circunscritas, enquanto a direita alavancou a revolta repaginando-a como autenticidade revoltosa.

Combinadas, essas vozes permitem entrever porque a indignação hoje não equivale a mudança. A derrota simbólica permanece não reconhecida, enquanto o discurso agitado da

¹² "Nem o espaço da derrota conquistamos ainda", afirma deputada Duda Salabert. **Congresso em Foco**, 2 jul. 2023. Disponível em: <https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/29386/nem-o-espaco-da-derrota-conquistamos-ainda-afirma-deputada-trans-duda-salabert>. Acesso em: 31 jul. 2025.

insurgência de direita ocupa o centro do debate, os movimentos sociais, por sua vez, seguem lutando para conquistar o que ainda é negado.

Para além das análises conjunturais, a candidatura de Duda propõe uma reflexão mais profunda sobre quem pode ser considerado sujeito político no Brasil. Sua presença obriga o campo institucional a lidar com o que por muito tempo foi invisibilizado. É nesse ponto que a discussão sobre o “outro” se torna essencial. Esse tópico propõe pensar a alteridade como categoria política fundamental, especialmente quando falamos sobre gênero.

1.1. Quando o ‘outro’ adentra na política

A filósofa Judith Butler, em *Problemas de Gênero* (2003), propõe que as categorias de “sexo”, “gênero” e “desejo” são construídas através da linguagem. Por conseguinte, a identidade de gênero é um conceito que passa pelo mesmo crivo, sendo culturalmente definido. Dessa forma, as (im)possibilidades de gênero são simbolicamente definidas numa estrutura binária (masculino/feminino; homem/mulher), que posteriormente se organiza nas normas socialmente estabelecidas, como no campo da lei. Portanto, corpos que se desviam dessas normas, como os de pessoas trans, revelam a artificialidade do sistema que tenta naturalizar o que é construído.

No mesmo sentido, Paul B. Preciado, em *Manifesto Contrassexual* (2014), argumenta que “as categorias de homem e de mulher não são naturais, são ideais normativos culturalmente construídos, sujeitos à mudança no tempo e nas culturas” (Preciado, 2014, p. 156). A visibilidade de corpos dissidentes atua, nesse contexto, como força inventiva, propondo novas formas de estar no mundo e tensionando os limites das normas que regulam identidades e possibilidades de existência.

Nesse sentido, a presença pública de corpos que escapam às expectativas normativas de gênero pode produzir deslocamentos nas formas de reconhecimento social e político, evidenciando as disputas simbólicas que atravessam a construção das identidades. Ao analisar corpos afro-diaspóricos dissidentes no espaço urbano, Lucas Oliveira argumenta que determinadas corporalidades historicamente marginalizadas enfrentam processos de vigilância e exclusão, ao mesmo tempo em que produzem estratégias de resistência e reconfiguração de territórios sociais e simbólicos. Como destaca o autor, “corpos afro-diaspóricos *reexistiram* e *reexistem* através de táticas de reterritorialização e organização coletiva [...] produzindo narrativas potentes a partir desses corpos” (LEBLANC; AMORIM, 2020, p. 04).

Ainda que a análise de (LEBLANC; AMORIM, 2020) se concentre especificamente na experiência de corpos racializados, sua reflexão contribui para compreender, de forma mais ampla, como diferentes corpos dissidentes podem tensionar estruturas sociais que regulam a visibilidade, pertencimento e circulação no espaço público. Nessa perspectiva, o território urbano pode ser compreendido como um campo de disputa no qual determinados corpos são socialmente autorizados a ocupar e usufruir plenamente da vida na cidade, enquanto outros são historicamente restringidos ou marginalizados. Ao mesmo tempo, o autor propõe que a análise desses processos não se limite à denúncia da exclusão, mas busque compreender as dinâmicas complexas que articulam corpo, espaço e poder, considerando também as estratégias de resignificação e resistência produzidas por grupos subalternizados ((LEBLANC; AMORIM, 2020)).

A candidatura de Duda Salabert, em 2024, confrontou os limites tradicionais da política ao propor outra gramática democrática, em que figuras historicamente excluídas são reconhecidas como sujeitos legítimos. Do ponto de vista dos estudos de gênero, essa presença desloca o ideal abstrato de sujeito político — branco, cisgênero, masculino e heterossexual — que segue estruturando as instituições. Esse movimento vai além da inserção de identidades marginalizadas por se tratar de um abalo nas bases epistemológicas que sustentam o campo político. Ao ocupar o espaço público, figuras como Duda Salabert (PDT) e Erika Hilton (PSOL), também mulher trans e deputada federal pelo estado de São Paulo, revelam que os mecanismos de silenciamento seguem operando, ainda que disfarçados sob discursos de tolerância ou diversidade.

A historiadora Joan Scott, em *Gênero: uma categoria útil de análise histórica* (1995), propõe que o gênero deve ser compreendido como uma forma de dar significado às relações de poder. Para Scott (1995, p.86), “o gênero é um elemento constitutivo das relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos” e, ao mesmo tempo, “uma forma primária de dar significado às relações de poder”. A exclusão de corpos dissidentes, portanto, não é acidental, mas parte de uma lógica que hierarquiza sujeitos e distribui legitimidades.

Judith Butler aprofunda essa crítica ao definir o gênero como uma prática performativa regulada por normas. A performatividade política de Duda desafia a matriz cisnormativa e evidencia sua violência. O desconforto causado por sua presença revela que o problema não está nas ideias que propõe, mas no corpo que carrega essas ideias. Como observa Jeffrey Weeks, “a política sexual acaba por se fundamentar num conjunto de pressupostos arraigados da ‘tradição sexual’: o sexo como perigo e ameaça, mais do que como

oportunidade” (Weeks, 1993, p. 64, apud Louro, 1997, p. 130). Assim, corpos e discursos que não se encaixam na norma são muitas vezes percebidos como perigosos, e candidaturas LGBTQIAPN+ são silenciadas ou atacadas quando ganham visibilidade.

O debate, portanto, ultrapassa a disputa eleitoral, está em jogo a definição de quem pode ser reconhecido como sujeito político. A trajetória de Duda Salabert sintetiza a tensão entre a exclusão sistemática e a potência transformadora das existências dissidentes. Sua candidatura reabre a pergunta fundamental: quem tem o direito de representar e ser representado?

A presença de Salabert no cenário político brasileiro convoca uma reflexão sobre o lugar do “outro” na arena pública. Enquanto mulher transexual, lésbica, ambientalista e professora, sua candidatura tensiona os limites do representável na política institucional, revelando os conflitos entre pertencimento e alteridade, além de ser percebível que uma de suas estratégias de comunicação com os eleitores é fugir, em alguns momentos, da pauta identitária e valer-se dela em outras ocasiões. Como afirmou em uma publicação no seu Instagram durante a campanha eleitoral em pauta: “A ultradireita quis colocar imagens sobre nós, que Duda é radical, que Duda quer discutir pautas estritamente identitárias. Eu não estou sendo candidata à prefeitura para discutir se o correto é obrigada, obrigado ou obrigade. Eu estou sendo candidata à prefeitura para discutir problemas sérios em BH, como, por exemplo, o fato de que 30% das pessoas que moram no Aglomerado da Serra estão passando fome.”¹³

Essa trajetória pode ser compreendida a partir da figura do estrangeiro descrita por Alfred Schutz (2010), não no sentido geográfico, mas como “um indivíduo adulto do nosso tempo e civilização que tenta ser permanentemente aceito ou ao menos tolerado pelo grupo ao qual ele se aproxima” (p. 118). Nesse processo, Duda é interpelada por códigos simbólicos que não foram feitos para contemplar sua existência, sendo obrigada a decifrá-los, reinterpretá-los e, muitas vezes, contestá-los. Marcadores como gênero, sexualidade e classe operam, portanto, como vetores de deslocamento e estranhamento, reafirmando sua condição de estrangeira simbólica dentro da política brasileira.

A categoria de “outro” ganha contornos ainda mais complexos quando analisada sob a lente da teoria *queer* de Judith Butler. Para a autora, o gênero não é uma essência fixa, mas uma construção performativa que se sustenta na repetição de normas sociais, sendo a diferença de gênero um campo de disputa e subversão. A performatividade de Duda Salabert, tanto no discurso quanto em sua presença corporal, revela essa subversão: ao se afirmar como

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DADwIsFvgJY/?igsh=cHc0emg3MThob21u>. Acesso em: 15 ago. 2025.

trans, ela desmonta o binarismo de gênero e questiona a inteligibilidade dos corpos políticos tradicionalmente aceitos. Butler (2003) destaca que a exclusão de corpos que não se conformam às normas consolidadas é uma das formas mais eficientes de manutenção do poder heteronormativo, o que ressoa diretamente nas dificuldades enfrentadas por Duda em sua trajetória política.

Scott (1995) contribui ao debate enfatizando que o gênero é uma categoria analítica essencial para a compreensão das relações de poder e das estruturas sociais. A partir da análise histórica, a autora aponta que as experiências políticas das mulheres e, por extensão, das pessoas trans, não podem ser compreendidas sem considerar os dispositivos simbólicos e materiais que operam na exclusão desses sujeitos dos espaços de poder. A campanha de Duda Salabert exemplifica essa exclusão e, ao mesmo tempo, sua tentativa de ressignificação, ao inserir no debate público temas como o direito à existência trans, o exercício da maternidade e a pedagogia da presença.

“Essas tecnologias do sexo e do gênero não existem, isoladamente ou de maneira específica, sem fazer parte de uma biopolítica mais ampla, que reúne tecnologias coloniais de produção do corpo-europeu-hete-rossexual-branco”. (Preciado, 2014, p.103)

Paul B. Preciado amplia essa discussão ao propor uma crítica contundente à biopolítica que regula os corpos dissidentes. Para ele, a identidade trans vai além de uma categoria a ser reconhecida, mas também uma força política que desestabiliza as fronteiras entre o natural e o artificial, o público e o privado. Nesse sentido, a candidatura de Duda representa mais do que a inclusão de uma pessoa trans no processo eleitoral, a materialização de um projeto político que desloca os fundamentos ontológicos sobre os quais a política institucional foi construída. Ou seja, as normas sexuais estão entrelaçadas com tecnologias coloniais que definem quem é “corpo legítimo” e quem é “desvio”.

Guacira Lopes Louro (1997), por sua vez, contribui com uma perspectiva situada no campo da educação, argumentando que os corpos generificados carregam consigo potências pedagógicas. A escola, como espaço de produção e disputa de saberes sobre sexualidade e gênero, torna-se um território onde se inscrevem tensões entre inclusão e exclusão. Nesse sentido, a atuação de Duda Salabert como professora em uma escola privada elitizada evidencia os múltiplos embates entre educação, política e identidade. Sua presença ali opera

como uma pedagogia do corpo, um ato político que reconfigura as relações entre saber e poder ao visibilizar sujeitos historicamente marginalizados.

Concebida inicialmente para acolher alguns — mas não todos — ela foi, lentamente, sendo requisitada por aqueles/as aos/às quais havia sido negada. Os novos grupos foram trazendo transformações à instituição. Ela precisou ser diversa: organização, currículos, prédios, docentes, regulamentos, avaliações iriam, explícita ou implicitamente, "garantir" — e também produzir — as diferenças entre os sujeitos (Louro, 1997, p.57).

A filósofa Donna Haraway também contribui para essa discussão ao propor o conceito de “conhecimento situado” como estratégia epistemológica e política. Para ela, não há conhecimento neutro: todo saber é produzido a partir de um lugar social, corporal e político. Como afirma a autora, “a visão é sempre uma questão do poder de ver e talvez da violência implícita em nossas práticas de visualização. Com o sangue de quem meus olhos foram criados?” (Haraway, 1995, p. 25).

Como destaca Duda Salabert em entrevista à *Agência Pública*¹⁴, “quando uma travesti é eleita, a sociedade inteira avança”, demonstrando como sua presença pública é situada e afirma identidades historicamente invisibilizadas. Sua campanha tensiona o mito da objetividade na política, revelando os mecanismos de exclusão que até então estruturavam o debate público.

Por fim, ao retomar Schutz, é possível compreender que a alteridade de Duda não está apenas na sua identidade, mas na maneira como ela é percebida e traduzida por uma sociedade que ainda opera sob padrões normativos de exclusão. A política, nesse contexto, é o campo em que se disputa não apenas o poder institucional, mas o direito de existir e de ser reconhecido como sujeito de direitos.

Assim, pensar o gênero é fundamental para compreender a trajetória de Duda Salabert, bem como os limites e as possibilidades da democracia contemporânea. Ao trazer à tona a presença de um corpo dissidente na política institucional, sua candidatura convoca a sociedade a confrontar seus preconceitos, suas estruturas de exclusão e, sobretudo, a redefinir quem pode ser considerado um legítimo sujeito político.

¹⁴ Disponível em:

https://apublica.org/2022/08/duda-salabert-quando-uma-travesti-e-eleita-a-sociedade-inteira-avanca/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 07 ago. 2025.

2. MARKETING POLÍTICO DIGITAL

Marketing político é um conjunto de técnicas e procedimentos que visam adequar um candidato ou partido ao seu eleitorado potencial, procurando conquistar a aprovação e simpatia da sociedade. Já o marketing eleitoral consiste na aplicação dessas técnicas durante o período de campanha, com o objetivo de construir uma imagem sólida do candidato que transmita confiabilidade e segurança à população, elevando seu conceito em nível de opinião pública. Como define Manhanelli (2011):

O marketing político está relacionado com a formação da imagem do político a longo prazo. A preocupação do marketing eleitoral, por sua vez, é com o curto prazo. Estratégia e tática são montadas de forma que, no momento da eleição, o candidato obtenha o maior número de votos possível e atinja seus objetivos. O fator crucial é o tempo. (Manhanelli, 2011, p.29)

Mais recentemente, o uso de ferramentas digitais no cenário eleitoral começou a ser empregado com o avanço da internet e das redes sociais, especialmente na segunda e terceira décadas do século XXI, quando plataformas como Facebook, X (antigo Twitter) e, atualmente, Instagram e TikTok, passaram a desempenhar papéis fundamentais nas campanhas políticas. O marketing político digital é uma vertente moderna do marketing político tradicional, que se adapta às novas tecnologias e plataformas digitais para alcançar e engajar eleitores de maneira mais direta e eficiente. Nesse sentido, é importante destacar que, como observa Manhanelli (2011, p. 27), “o marketing na área política e eleitoral, ao contrário do que muitos pensam, não é utilizado apenas nas campanhas eleitorais, mas sim o tempo todo enquanto elemento público.” Essa constatação reforça que o ambiente digital não cria o marketing político, mas amplia suas formas de atuação contínua, tanto em períodos eleitorais quanto no cotidiano da vida pública.

O cenário mundial acaba sendo refletido na realidade brasileira, desde as campanhas eleitorais até a promoção contínua da imagem de figuras políticas nas redes. Para Armento et al. (2021), os estudos sobre comunicação política no Brasil evidenciam como o campo tem se transformado em sintonia com as mudanças tecnológicas e as novas dinâmicas sociais, refletindo a necessidade de adaptação contínua às formas digitais de interação política. A capacidade de responder a essas mudanças é decisiva para o sucesso das campanhas. Essas lições, quando integradas, fornecem uma base para o desenvolvimento de campanhas futuras, sugerindo uma abordagem mais dinâmica e responsiva ao ambiente digital. Inicialmente, a

internet era utilizada de forma complementar às campanhas tradicionais, mas, com o passar do tempo, tornou-se o eixo central das estratégias políticas. Atualmente, as campanhas eleitorais dependem de plataformas digitais para divulgar mensagens, engajar eleitores e construir narrativas eficazes.

No contexto brasileiro, o marketing político digital ganhou força principalmente nas eleições presidenciais de 2010 e 2014, com o uso intensivo das redes sociais por parte dos candidatos, principalmente para a disseminação de mensagens e para o engajamento de eleitores. O uso de campanhas *online*, como anúncios patrocinados e interações diretas com o eleitorado, demonstrou o poder da internet em mudar o cenário eleitoral (Azevedo Júnior; Bernardi; Panke, 2020).

Para além do poder da internet na definição das eleições, também assistimos a influência das mobilizações no cenário político a partir das redes, como as ocorridas em junho de 2013. Já em 2016, o processo de *impeachment* ao qual a ex-presidenta Dilma Rousseff foi submetida marcou um ponto de inflexão na política brasileira, alterando a forma como as campanhas eleitorais passaram a ser conduzidas no país — também nas redes. A destituição de Dilma reorganizou o cenário político e intensificou o uso das ferramentas digitais na arena eleitoral, dando maior ênfase à polarização e ao fortalecimento das estratégias de comunicação baseadas no marketing político digital.

O ambiente político brasileiro nos últimos anos passou por profundas transformações, marcadas pelo acirramento dos debates públicos e pelo aumento da fragmentação do campo político. Segundo Armento, Massuchin e Mendonça (2021), a comunicação política no Brasil tem se adaptado constantemente às novas tecnologias e aos canais digitais, refletindo mudanças nas expectativas e demandas da população. As redes sociais, em particular, tornaram-se espaços privilegiados para a interação entre políticos e cidadãos, ampliando a visibilidade de novas lideranças e fortalecendo discursos que, muitas vezes, desafiam os partidos tradicionais. Nesse contexto, o marketing político digital consolida-se como uma ferramenta estratégica essencial, utilizada tanto na construção da imagem pública de candidatos quanto na mobilização e engajamento de apoiadores, evidenciando seu papel central nas campanhas eleitorais contemporâneas.

De acordo com Paula e Teixeira (2023), as campanhas eleitorais no Brasil passaram a investir fortemente na comunicação digital após 2016, utilizando plataformas como Facebook, Twitter, Instagram e, mais recentemente, TikTok para engajar eleitores. A acessibilidade e o alcance dessas plataformas, combinados com algoritmos de segmentação e personalização,

trouxeram novas formas de comunicação política. As campanhas puderam, assim, atingir diretamente segmentos específicos do eleitorado, a partir de dados e comportamentos, tornando o marketing político mais direcionado e preciso.

Da mesma forma, as eleições de 2020 exigiram uma adaptação rápida às circunstâncias da pandemia, com campanhas migrando para o digital de maneira intensiva (Azevedo Júnior, Bernardi, Panke, 2020). Essa transição manteve a comunicação ativa com o eleitorado e abriu novas vias para a interação eleitoral.

Em relação à imagem de políticos nas redes sociais, a campanha de João Dória para a Prefeitura de São Paulo, em 2016, explorado por Costa (2020), oferece um exemplo de como uma narrativa visual coerente e atraente pode reforçar a presença *online* de um candidato. Essa estratégia é particularmente eficaz em plataformas como Instagram, onde o conteúdo audiovisual/imagético é predominante.

O uso de ferramentas digitais nas campanhas eleitorais permite maior interação com o eleitorado e ajustes rápidos nas estratégias de comunicação. Segundo Manhanelli (2011), o marketing político deve ser entendido como um processo contínuo de construção da imagem e persuasão do público, no qual a adaptação a novos meios e tecnologias é essencial para manter a efetividade das ações de comunicação.

Para Paula e Teixeira (2023), a percepção do eleitorado é altamente influenciada pela forma como um político se comunica nas redes sociais, sendo essencial que sua estratégia digital esteja alinhada com sua proposta política e valores pessoais. A credibilidade e a autenticidade são fatores determinantes para conquistar a confiança dos eleitores, tornando imprescindível o uso de narrativas bem estruturadas e visualmente impactantes.

A análise do marketing político digital de Duda Salabert, candidata à Prefeitura de Belo Horizonte nas eleições de 2024, no Instagram, revela como a plataforma foi utilizada para atrair, engajar e convencer eleitores. A escolha do Instagram como plataforma a ser estudada se destaca pelo seu formato visual, que favorece conteúdos rápidos e impactantes como, imagens, vídeos curtos e *stories*, além de seu grande alcance entre o público jovem, cada vez mais relevante nas eleições.

Paula e Teixeira (2023, p. 46) consideram que “o marketing político busca potencializar uma imagem positiva para um público mais amplo e o marketing eleitoral é uma subespécie do marketing político, com foco na campanha eleitoral e no convencimento de uma parcela da população que se identifica com os candidatos”. Isso reforça a ideia de que o marketing político digital, especialmente durante uma campanha, visa não apenas conquistar eleitores, mas também construir uma relação mais direta com seus públicos — e possíveis

eleitores — por meio das plataformas digitais. O que podemos perceber no caso da análise do trabalho realizado é que a então candidata não saiu vencedora do pleito realizado em 2024, no entanto, findada a campanha política, manteve uma produção e publicação de conteúdos com frequência — abordando, principalmente, suas ações como deputada federal — e construindo diálogo com os seguidores.

Bravo (2021) destaca que a propaganda política tradicional perdeu espaço para campanhas que priorizam o marketing político digital como principal estratégia de convencimento e mobilização. A ascensão de líderes políticos que utilizam as redes sociais como canal de comunicação direta com a população evidencia uma reconfiguração do ecossistema comunicacional, no qual a mediação da imprensa tradicional passa a coexistir com dinâmicas de comunicação direta entre candidatos e eleitores.

Duda Salabet valeu-se das funcionalidades do Instagram para gerar engajamento. Além de publicações no *feed*, também fez uso de enquetes, caixas de perguntas e interações nos *stories*¹⁵, o que permitiu maior proximidade com os eleitores. Essas ferramentas ajudaram a criar um sentimento de comunidade e transparência, emplacar a narrativa de esperança e afeto, além de permitir que a candidata ouvisse diretamente as demandas e sugestões de sua base eleitoral. As postagens também eram frequentemente acompanhadas de chamadas para ação, como pedidos para compartilhar conteúdo e incentivar a participação nas discussões políticas. Essa produção era combinada às ações “presenciais” da candidata, como caminhadas, visitas a eleitores, ações políticas, etc. Isso reflete a mudança promovida pela mídia digital na interação política, um ponto destacado por Lima (2004, p.51), quando ele afirma que a mídia “suplementa a forma tradicional de constituição do ‘público’, mas também a estende, transforma e substitui”. A capacidade de segmentar e direcionar a mensagem de forma mais precisa é um exemplo claro dessa transformação.

¹⁵ Um recurso que permite aos usuários postarem fotos ou vídeos temporários que desaparecem após 24 horas. Exame. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/examelab/instagram-stories-o-que-sao-e-como-utilizar/>. Acesso em 30 mar. 2025.

FIGURA 01 - Publicação em formato carrossel, onde o último *card* tem um *call to action*¹⁶ para compartilhamento



Duda Salabert apostou em um conteúdo visual autêntico, voltado para a construção de sua imagem pública, utilizando uma combinação de vídeos, imagens e *cards* para mostrar sua trajetória política, interagir com eleitores e expor suas propostas. Essa “autenticidade” da mensagem foi um dos pontos-chave da campanha, com postagens que retratavam momentos do cotidiano da candidata, entrevistas, interações com eleitores e visitas a diferentes locais da cidade de Belo Horizonte. Nesse sentido, a mídia digital transformou a maneira como a candidata se conectou com seu público, conforme observa Lima (2004, p. 53), para quem “depois do desenvolvimento da mídia, um evento para ser ‘evento público’ não está limitado à partilha de um lugar comum. O ‘público’ pode estar distante no tempo e no espaço”. Essa perspectiva evidencia como a combinação de estratégias *online* e presenciais possibilitou ampliar o alcance da campanha, mantendo a interação e engajamento com os eleitores mesmo à distância. Essa ampliação da definição de “público” não está limitada à partilha de um lugar comum. O “público” permite uma comunicação mais direta e personalizada, essencial para uma candidata que, como Duda, busca representar comunidades muitas vezes marginalizadas.

A candidata também utilizou a plataforma para compartilhar suas propostas políticas, com *posts* que explicavam seus planos para áreas como educação, meio ambiente e direitos humanos, suas pautas prioritárias, em uma estratégia eleitoral de ir além de pautas identitárias.

¹⁶ Significa chamada para ação na forma de link ou botão que estimula o usuário a comprar, se inscrever ou baixar algo. RD STATION.

Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/exemplos-de-call-to-action>. Acesso em 30 mar. 2025.

A comunicação política contemporânea pode ser entendida como uma forma de visibilidade mediada, na qual os atores políticos tornam-se visíveis de maneira estratégica, controlando a forma como se apresentam e estabelecendo proximidade com o público, ainda que de forma não totalmente recíproca. Como aponta Thompson (2008), essa visibilidade permite aos políticos projetar sua imagem e suas mensagens de maneira planejada, influenciando a percepção do eleitorado e adaptando-se aos meios de comunicação disponíveis.

A trajetória de Duda culmina em sua candidatura à Prefeitura, na qual ela usou as redes sociais, especialmente o Instagram, para construir sua imagem e dialogar com seus eleitores. Como observam Castells e Cardoso (2005, p. 23), "uma característica central da sociedade em rede é a transformação da área da comunicação, incluindo os media. A comunicação constitui o espaço público, ou seja, o espaço cognitivo em que as mentes das pessoas recebem informação e formam os seus pontos de vista através do processamento de sinais da sociedade no seu conjunto." A utilização do marketing digital, portanto, tornou-se um elemento central na busca por visibilidade e apoio, principalmente para uma candidata que representa a diversidade de gênero e enfrenta um campo político que ainda se caracteriza por barreiras à inclusão.

O cenário político de Minas Gerais, em 2024, estava marcado por uma disputa acirrada e polarizada. A candidatura de Duda Salabert à Prefeitura da capital mineira se inseriu em um ambiente político que repetia o padrão de disputas eleitorais brasileiras: competiu com nomes como Bruno Engler (PL), Fuad Noman (PSD) e Mauro Tramonte (Republicanos) e, em diversos momentos, foram levantadas “pautas” como a defesa da família¹⁷ e tradição. Enquanto mulher trans, Duda enfrentou as dificuldades históricas impostas por um campo político que, segundo Bourdieu (2007), deve ser compreendido como um espaço estruturado por relações de força e permeado por disputas internas. O acesso a esse campo não se dá de forma igualitária, mas depende da posse de capitais específicos (econômicos, sociais, culturais ou simbólicos), cuja distribuição define posições e legitima determinadas práticas. Dessa forma, as desigualdades sociais se materializam em mecanismos de exclusão e de restrição de acesso a recursos, o que delimita quem pode participar da arena

¹⁷ Cabe destacar que o sentido de família atribuído por diversos políticos conservadores está relacionado à “tradicional família brasileira”, modelo composto por homem, mulher e filhos. Modelo defendido no Projeto de Lei 6583/2013, que segue na Câmara de Deputados e explicita em Artigo 2º que “Para os fins desta Lei, define-se entidade familiar como o núcleo social formado a partir da união entre um homem e uma mulher, por meio de casamento ou união estável, ou ainda por comunidade formada por qualquer dos pais e seus descendentes”. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=597005>. Acesso em 11 de ago. 2025.

política e em quais condições, evidenciando as barreiras adicionais enfrentadas por candidaturas que desafiam o status quo.

A estrutura do campo político mineiro e, mais amplamente brasileiro, tradicionalmente favorece figuras masculinas brancas e cisgênero, sendo que as mulheres e, em especial, pessoas trans, enfrentam múltiplas formas de marginalização.

Nas eleições municipais de 2024, o perfil dos prefeitos eleitos no Brasil evidenciou a continuidade de desigualdades de gênero e raça na política nacional. Dos 5.471 prefeitos eleitos no primeiro turno, 86,8% são homens, enquanto apenas 13,2% são mulheres. Em termos raciais, 66% dos prefeitos são brancos, 33,6% são pardos ou pretos, e uma minoria é composta por outras etnias. Este cenário reflete a persistente sub-representação feminina e racial na política municipal brasileira, apesar de avanços graduais. A predominância de prefeitos homens brancos com ensino superior completo e estado civil casado indica que, embora haja progressos, a estrutura política ainda favorece, predominantemente, figuras masculinas cisgênero e brancas, marginalizando mulheres, pessoas negras e trans. Em Minas Gerais, a tendência é semelhante. Em 2020, 64% dos prefeitos eleitos eram homens brancos, e apenas 2% eram mulheres negras. Esses dados reforçam a necessidade de políticas públicas mais eficazes para promover a inclusão e a equidade de gênero e raça na política brasileira.¹⁸

Essa dinâmica torna a candidatura de Duda um desafio além de político, simbólico, representando um rompimento com as normas estabelecidas. Duda Salabert, ciente das barreiras impostas pela política tradicional, adotou uma estratégia digital que, ainda que não negasse sua identidade (há postagens sobre o tema), explorava outras questões que promoveriam identificação com um eleitorado mais amplo. A então candidata explorou o potencial das redes sociais para aproximar-se de seu público e pautou políticas públicas de base ao invés de priorizar questões de gênero, o que pode ser analisado como uma estratégia política para mobilizar mais votos.

¹⁸ Homem, branco, de centro-direita: veja o perfil predominante dos prefeitos eleitos em 2024. CNN

Brasil. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/eleicoes/homem-branco-de-centro-direita-veja-o-perfil-predominante-dos-prefeitos-eleitos-em-2024/>. Acesso em: 30 mar. 2025.

FIGURA 02 - Publicação subvertendo as expectativas sobre discursos de gênero e pautando políticas públicas em educação



Fonte: Perfil oficial de Duda Salabert no Instagram (@duda_salabert)

Suas postagens eram frequentemente acompanhadas de vídeos, fotos e *cards*, onde ela mostrava momentos do cotidiano, interagia diretamente com eleitores, apresentava e detalhava suas propostas políticas, sem esconder ou deixar de afirmar sua identidade de gênero: enfatizando, então, a importância da representatividade e da luta pelos direitos das pessoas trans sem pautar isso de forma central. O uso das redes sociais na política se baseou, portanto, na ideia de que elas oferecem um espaço para a construção de uma identidade política próxima da realidade do eleitor de modo que os atores políticos moldam suas identidades e estratégias de comunicação em resposta às oportunidades e desafios apresentados pelo ambiente midiático híbrido.

2.1. Para além de Belo Horizonte: campanhas políticas no mundo e a força no digital

A campanha em 2024 para a prefeitura de Belo Horizonte, capital do estado brasileiro de Minas Gerais, não é um fenômeno deslocado de um contexto político mais amplo, em um mundo capitalista cada vez mais midiaticizado e informatizado. Nas últimas décadas, as campanhas presidenciais nos Estados Unidos demonstraram a crescente importância do marketing político digital. Desde a eleição de Barack Obama, em 2008, o uso das mídias digitais tem se consolidado como uma ferramenta fundamental para a construção de imagem, mobilização de eleitores e engajamento em um cenário político mediado pela tecnologia. O avanço das redes sociais, a segmentação de anúncios *online* e a personalização da comunicação eleitoral transformaram a forma como candidatos se comunicam com o público e, ao mesmo tempo, como o público interage com as campanhas políticas.

Para Paula (2021), o atual estágio em que se encontra o marketing político é marcado por intensas transformações provocadas pela digitalização: “o meio mudou a forma como a comunicação é feita” (apud Paula e Teixeira, 2023, p. 28). Dessa forma, a digitalização da comunicação política permitiu aos candidatos não apenas se conectarem com um público mais amplo, mas também segmentarem suas mensagens, alcançando eleitores de forma personalizada e direcionada, com um nível de precisão jamais antes imaginado.

No contexto das campanhas presidenciais dos EUA, a maneira como os candidatos se posicionam nas redes sociais e nas plataformas digitais, como o Facebook, X, Instagram e mais recentemente, o TikTok, não só amplificaram as mensagens dos candidatos, mas também possibilitaram que as campanhas fossem moldadas por interações em tempo real com os eleitores, criando um ciclo de *feedback* constante que influencia diretamente as estratégias eleitorais.

Destaca-se a campanha presidencial de Obama em 2008, pois foi um marco histórico no uso das mídias digitais. A equipe de marketing de Obama explorou o poder da internet para criar uma rede de apoio robusta, principalmente entre eleitores mais jovens. O uso do site "my.barackobama.com" foi uma inovação na época, permitindo que os eleitores se conectassem diretamente à campanha, organizassem eventos e arrecadassem fundos. Além disso, a campanha utilizou massivamente o *e-mail marketing* e as redes sociais, criando uma comunicação personalizada que engajava os eleitores e os tornava parte ativa do processo eleitoral. Essa abordagem digital ajudou Obama a criar um movimento de base e a conquistar uma vitória histórica (Kreiss, 2016).

Nas eleições de 2016 e 2020, Donald Trump também fez uso das redes sociais para consolidar sua base de apoio, mas com uma estratégia diferenciada. Sua comunicação nas plataformas digitais foi direta, polarizadora e, muitas vezes, “controversa”, aproveitando o

espaço digital para reforçar suas mensagens e atacar adversários. O uso intenso do Twitter, em que Trump interagiu diretamente com seus seguidores e disparava críticas a seus opositores, exemplificou como o digital pode ser utilizado para construir uma imagem política, moldando a narrativa de uma campanha em tempo real. A abordagem de Trump no digital representou um modelo radicalmente diferente, mas igualmente eficaz, para engajar eleitores e criar uma imagem de autenticidade.

A utilização do marketing digital nas campanhas presidenciais dos EUA engloba a comunicação direta com os eleitores, bem como o monitoramento e a análise de dados. As campanhas contemporâneas utilizam ferramentas de *big data* para identificar e segmentar eleitores de acordo com suas preferências e comportamentos. Isso permite que as campanhas ajustem suas mensagens em tempo real, com base no *feedback* dos eleitores, e criem anúncios personalizados para diferentes grupos. A campanha de Obama em 2008 já utilizava essas ferramentas de maneira rudimentar, mas foi a campanha de Trump em 2016 que popularizou o uso de dados e algoritmos para personalizar a comunicação e influenciar eleitores de maneira mais eficaz. Essa lógica de personalização e segmentação eleitoral, observada nos EUA, é similar aos desafios contemporâneos do marketing político digital no Brasil, envolvendo o uso de *big data* e microdirecionamento, conforme analisa Barcelos (2019).

Portanto, o marketing político digital nas campanhas presidenciais dos EUA exemplifica a transformação que as novas tecnologias trouxeram para a política. As estratégias digitais ampliam o alcance da comunicação política, mas também permitem uma personalização sem precedentes das mensagens, criando uma relação mais direta e personalizada com o eleitorado. A mídia e a política estão cada vez mais interligadas, com a estratégia midiática de um candidato sendo parte integrante da própria estratégia política. O digital, portanto, não é apenas uma ferramenta de marketing, mas um campo de batalha onde se definem as eleições, onde as narrativas são construídas e onde as identidades políticas são moldadas.

2.2 No Brasil: campanha presidencial do Bolsonaro e o uso do digital

A campanha presidencial de Jair Bolsonaro em 2018 se tornou um marco na história das eleições brasileiras, principalmente pela intensiva utilização das plataformas digitais como canais de comunicação direta com os eleitores. O uso de ferramentas digitais, como

WhatsApp, Facebook e Twitter, foi decisivo na construção da imagem do candidato e na mobilização de sua base de apoio. Ao explorar a internet, Bolsonaro desafiou (ou desviou) as tradicionais estruturas da mídia.

Durante a campanha de 2018, as redes sociais desempenharam um papel central na propagação do discurso de Bolsonaro, muitas vezes em confronto com a grande mídia tradicional. O candidato, frequentemente crítico dos veículos de comunicação convencionais, utilizou suas plataformas digitais para passar a cobertura que considerava negativa e se conectar diretamente com o eleitorado. Além disso, outro motivo analisado pelo qual ele fez uso intensivo das mídias digitais foi a ausência de um filtro, o que lhe permitiu disseminar desinformação e discursos polarizadores, como as alegações sobre o 'kit gay' e 'mamadeira de piroca', além de ataques constantes a grupos minoritários, sem a mediação ou verificação que os meios tradicionais de comunicação exigiriam.

Essa estratégia de comunicação direta contribuiu para a popularização de sua candidatura, com o uso de vídeos e postagens em redes sociais que ampliavam seu alcance, especialmente entre eleitores mais jovens e aqueles insatisfeitos com os meios tradicionais de comunicação. A campanha de Bolsonaro também foi caracterizada pela utilização do WhatsApp para disseminação de mensagens e engajamento com os eleitores. Estima-se que a plataforma tenha sido uma das principais ferramentas de mobilização da campanha, com grupos de apoio e discussões se formando em diversos locais do Brasil (Dourado, 2020).

Além das estratégias de comunicação direta, a campanha de Bolsonaro também utilizou as plataformas digitais para criar uma imagem de autenticidade, muitas vezes desafiando as normas da política tradicional. Bolsonaro se apresentava como um político "fora do sistema", alguém que não se conformava aos padrões estabelecidos da política brasileira. Isso foi reforçado por suas postagens nas redes sociais, que frequentemente diziam mostrar um lado mais pessoal do candidato, como sua rotina, encontros com eleitores e declarações contundentes em vídeos (Dourado, 2020).

A política de disseminação de conteúdo via redes sociais também foi marcada pela utilização de memes e conteúdos de fácil consumo que, muitas vezes, reforçaram a polarização política. Esses recursos, possíveis através das redes sociais, ajudaram a construir narrativas que apelavam para emoções fortes, como raiva e indignação, fundamentais para o processo de radicalização política que marcou a eleição de 2018. A campanha de Bolsonaro utilizou essas estratégias transformando as redes sociais em uma extensão de sua plataforma política, ao mesmo tempo em que desafiava a mídia tradicional e explorou memes e

conteúdos de fácil consumo para fortalecer narrativas emocionais e deslegitimar a mídia tradicional, criando um novo espaço de batalha na comunicação política.¹⁹

O impacto do uso das mídias digitais nas campanhas presidenciais, especialmente na de Bolsonaro em 2018, não pode ser subestimado. As estratégias do candidato demonstraram como a mídia digital pode se tornar um fator decisivo na construção de uma narrativa política, na mobilização de eleitores e na formação de novas configurações políticas. Nesse contexto, é possível relacionar essa dinâmica ao conceito de visibilidade mediada, descrito por Thompson (2008, p.16), segundo o qual “neste novo mundo de uma visibilidade mediada, o fato de tornar visíveis as ações e os acontecimentos não é meramente uma falha nos sistemas de comunicação e informação, cada vez mais difíceis de serem controlados. Trata-se de uma estratégia explícita por parte daqueles que bem sabem ser a visibilidade mediada uma arma possível no enfrentamento das lutas diárias”. Assim, o uso estratégico das redes sociais por Bolsonaro exemplifica como a visibilidade digital pode ser manipulada para engajar eleitores e consolidar uma imagem pública específica, mesmo em um contexto de polarização e crises institucionais.

¹⁹ Disponível em:

<https://apublica.org/sentinela/2022/09/bolsotweets-o-que-jair-bolsonaro-andou-dizendo-no-comeco-da-campanha-eleitoral/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

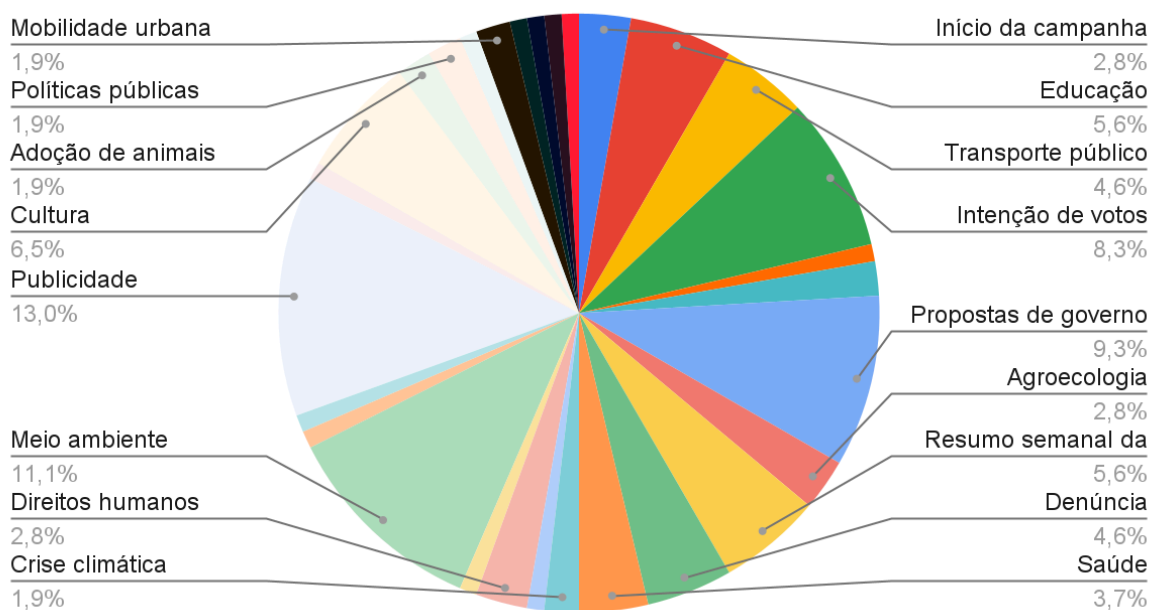
3. CAMINHOS DA ANÁLISE

Este estudo adota a Análise de Conteúdo, conforme sistematizada por Bardin (1997) para investigar as estratégias de marketing político e a construção da imagem digital de Duda Salabert em sua candidatura à Prefeitura de Belo Horizonte, em 2024. A pesquisa analisou as postagens do *feed* no perfil oficial da candidata no Instagram, durante o período que marcou a propaganda eleitoral geral, de 16 de agosto a 6 de outubro do referido ano (no primeiro turno) totalizando 108 publicações. Dessas, 22 publicações foram selecionadas para análise qualitativa profunda.

A metodologia combinou etapas quantitativa e qualitativa. Inicialmente, realizou-se a sistematização do material em categorias específicas: data, *link*, formato, tema principal, objetivo do *post*, enquadramento da identidade e público-alvo. Esse mapeamento, disponível em Apêndice, permitiu identificar tendências gerais e estruturar o *corpus* para análise posterior. Entre os principais achados dessa etapa, destacam-se: predominância de postagens em formato *reels* (88%); concentração dos temas em publicidade (13%), meio-ambiente (11,1%), propostas de governo (9,3%) e intenção de votos (8,3%); maior ênfase em objetivos voltados à apresentação de propostas (25%) e defesa de posicionamentos (22,2%); além da priorização de mensagens destinadas a eleitores em geral (60,2%) e progressistas (23,1%). Quanto ao enquadramento da identidade, observou-se maior recorrência da identidade secundarizada (82,4%), em contraste com conteúdos de centralização (7,4%) ou conciliação (10,2%).

GRÁFICO 01 - Tema principal

Tema principal



Fonte: Elaborado pela autora

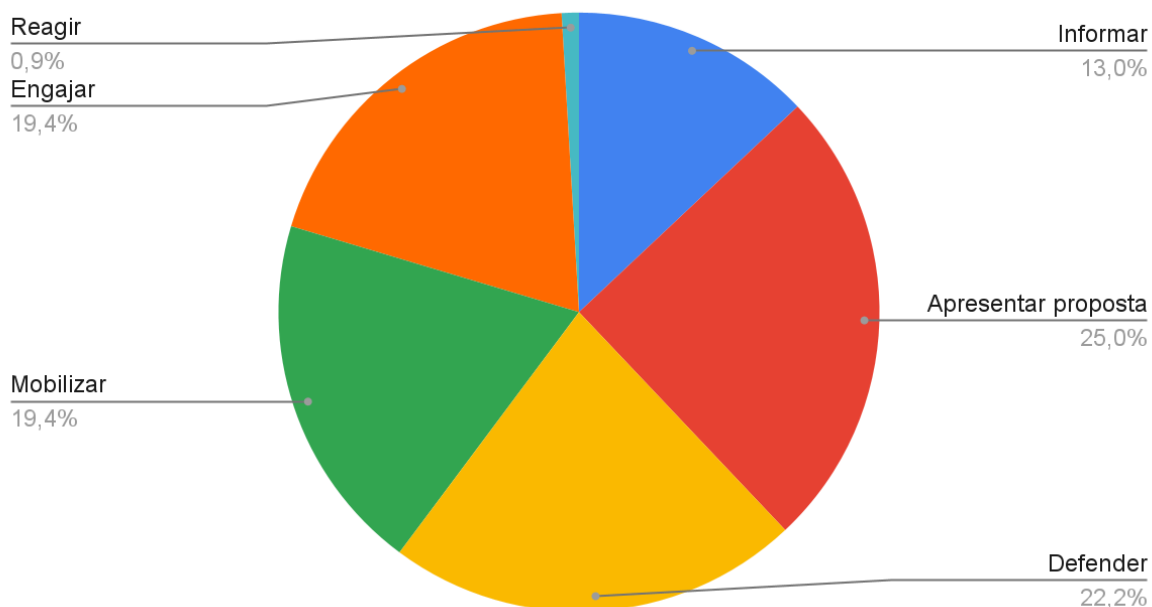
O Gráfico 01 apresenta a distribuição dos principais temas abordados nas publicações analisadas. Observa-se que o conteúdo de publicidade da campanha representa a maior parcela (13%), seguido de meio ambiente (11,1%), propostas de governo (9,3%) e intenção de votos (8,3%). Esses dados indicam que, embora haja diversidade temática nas publicações, há uma predominância de conteúdos voltados à divulgação da campanha e construção da visibilidade eleitoral da candidata.

Também se destacam temas relacionados à educação (5,6%), resumos semanais da campanha (5,6%) e denúncias (4,6%), demonstrando que o perfil no Instagram foi utilizado tanto para apresentar propostas quanto para comentar questões do debate público local. Temas como mobilidade urbana, políticas públicas, adoção de animais e crise climática aparecem com menor frequência (1,9%), sugerindo que esses assuntos tiveram presença mais pontual na estratégia de comunicação digital da candidatura.

De forma geral, o gráfico evidencia que o perfil analisado buscou equilibrar conteúdos programáticos, promocionais e de posicionamento político, articulando diferentes temas para dialogar com públicos variados durante o período eleitoral.

GRÁFICO 02 - Objetivo do post

Objetivo do post



Fonte: Elaborado pela autora

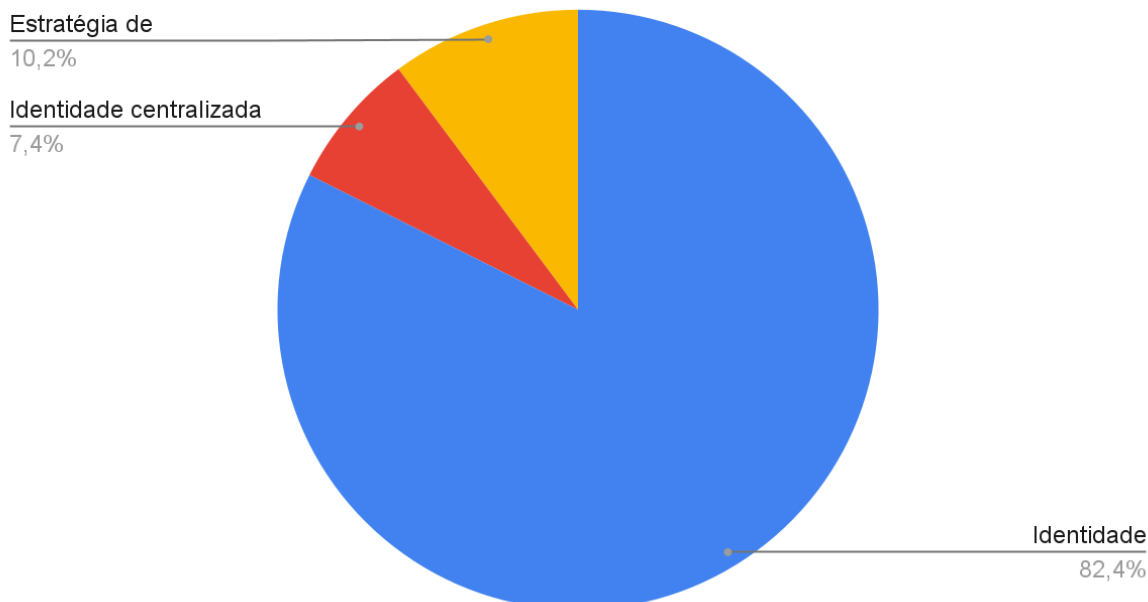
O Gráfico 02 apresenta os principais objetivos comunicacionais identificados nas publicações analisadas. Observa-se que a finalidade mais recorrente foi apresentar propostas (25%), seguida de defender posicionamentos (22,2%). Esses resultados indicam que uma parcela significativa das publicações foi utilizada para expor ideias, projetos e posicionamentos políticos da candidata, reforçando o caráter programático da campanha.

Também se destacam conteúdos voltados para mobilização (19,4%) e engajamento do público (19,4%), evidenciando o uso do Instagram como ferramenta de interação com os eleitores e estímulo à participação na campanha. Já os *posts* com objetivo de informar representam 13% do total analisado, enquanto aqueles voltados especificamente para reagir a acontecimentos aparecem de forma residual (0,9%).

Esses dados sugerem que a estratégia de comunicação digital priorizou conteúdos capazes de apresentar propostas e fortalecer posicionamentos políticos, ao mesmo tempo em que buscou mobilizar e engajar seguidores durante o período eleitoral.

GRÁFICO 03 - Enquadramento da identidade

Enquadramento da identidade



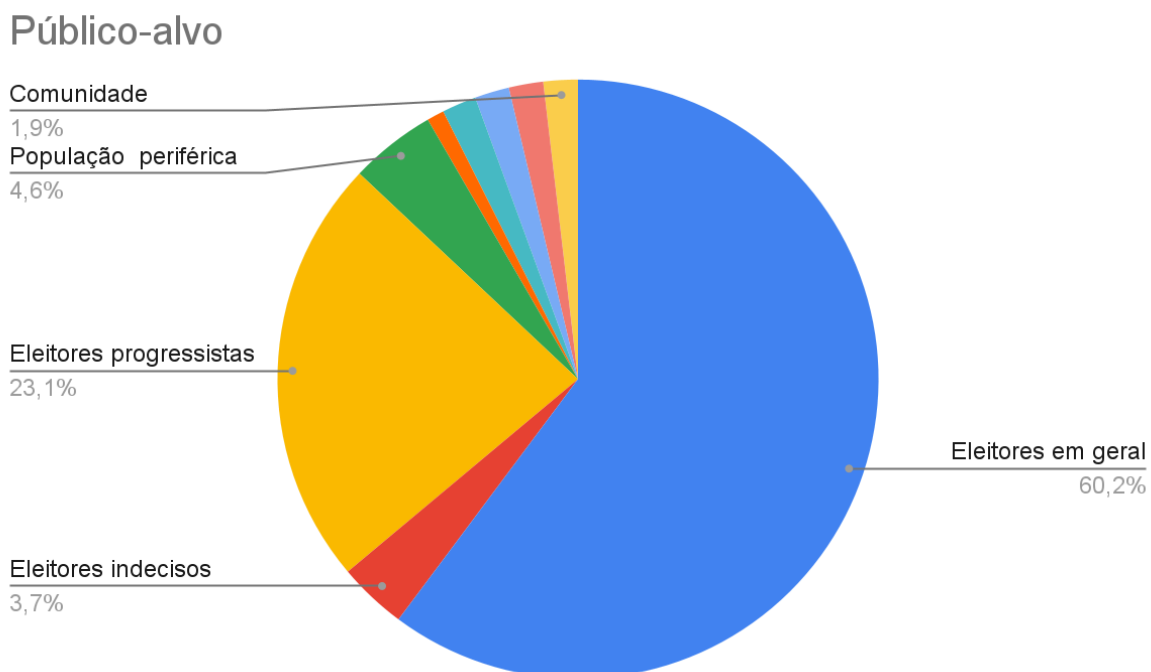
Fonte: Elaborado pela autora

O Gráfico 03 apresenta o enquadramento da identidade nas publicações analisadas. Observa-se uma predominância expressiva da identidade secundarizada (82,4%), em comparação com conteúdos de identidade centralizada (7,4%) e estratégia de conciliação (10,2%).

Esse resultado indica que, embora a identidade da candidata, marcada por sua trajetória como mulher trans e ativista, esteja presente nas publicações, ela aparece majoritariamente articulada a outros temas políticos e programáticos, e não como eixo central das mensagens. Dessa forma, a identidade funciona como um elemento de contextualização da candidatura, integrado a debates mais amplos sobre políticas públicas, meio ambiente e propostas de governo.

A baixa incidência de conteúdos com identidade centralizada sugere uma estratégia comunicacional voltada a ampliar o alcance do discurso político para além das pautas identitárias, ao mesmo tempo em que mantém esses elementos como parte da narrativa pública da candidata.

GRÁFICO 04 - Público-alvo



Fonte: Elaborado pela autora

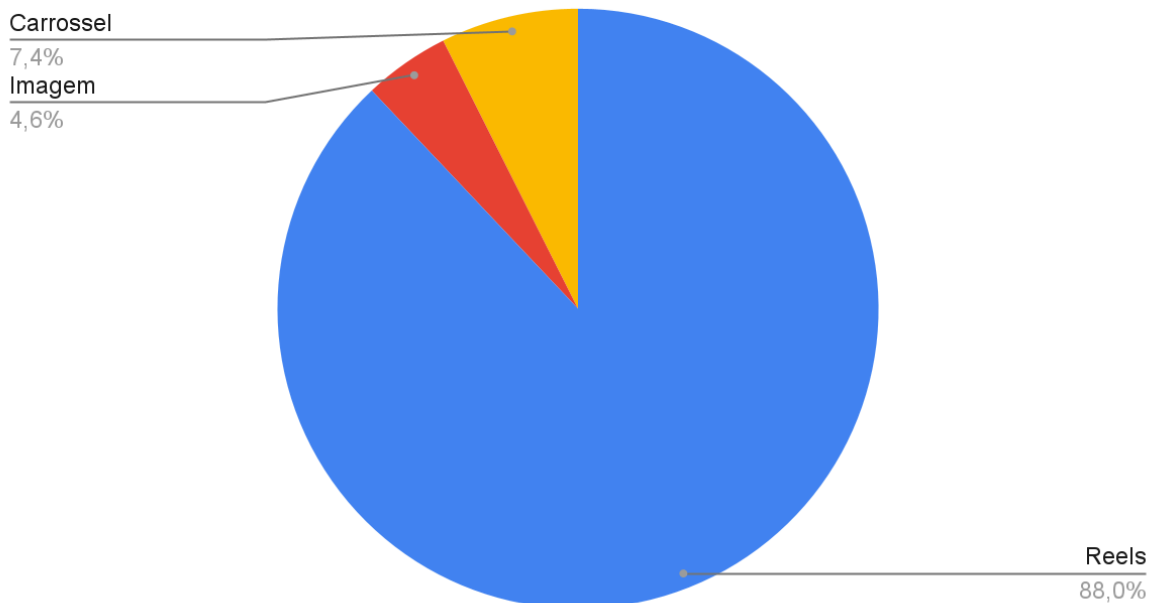
O Gráfico 04 apresenta os públicos-alvo identificados nas publicações analisadas. Observa-se que a maior parte do conteúdo foi direcionada aos eleitores em geral (60,2%), indicando uma estratégia comunicacional voltada a dialogar com um público amplo e diversificado, sem segmentação excessivamente específica. Esse dado sugere a intenção da campanha de ampliar seu alcance e consolidar visibilidade junto ao conjunto do eleitorado.

Em seguida, destacam-se as publicações direcionadas a eleitores progressistas (23,1%), o que demonstra que parte significativa da comunicação também buscou dialogar com segmentos ideologicamente alinhados à candidata, reforçando valores, pautas e posicionamentos políticos compartilhados.

Outros públicos aparecem com menor frequência, como população periférica (4,6%), eleitores indecisos (3,7%) e comunidade (1,9%), entre outros grupos minoritários. Esses dados indicam que, embora existam tentativas de segmentação temática em algumas postagens, a estratégia predominante do perfil analisado foi priorizar uma comunicação mais abrangente, direcionada ao eleitorado de forma geral durante o período eleitoral.

GRÁFICO 05 - Formato

Formato



Fonte: Elaborado pela autora

O Gráfico 05 apresenta os formatos utilizados nas publicações analisadas. Observa-se uma predominância expressiva do formato *reels* (88%), em comparação com carrossel (7,4%) e imagem estática (4,6%).

Esse resultado evidencia a centralidade do conteúdo em vídeo curto na estratégia de comunicação digital da campanha, formato que tende a favorecer maior alcance e engajamento nas plataformas digitais, especialmente no Instagram. O uso predominante de *reels* sugere uma adaptação da campanha às dinâmicas algorítmicas da rede social, que priorizam conteúdos audiovisuais e de consumo rápido.

Por outro lado, os formatos de carrossel e imagem aparecem com menor frequência, indicando que foram utilizados de forma complementar, possivelmente para apresentar informações mais detalhadas, sínteses de propostas ou registros pontuais da campanha.

De maneira geral, o gráfico demonstra que a estratégia de comunicação digital privilegiou conteúdos audiovisuais dinâmicos, alinhados às práticas contemporâneas de produção e circulação de conteúdo político nas redes sociais.

Na segunda etapa, de caráter qualitativo, aplicou-se a Análise de Conteúdo conforme Bardin (1977), que a define como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/receptividade dessas mensagens” (p. 42). Essa abordagem mostrou-se adequada para compreender as manifestações simbólicas e comunicacionais presentes nas postagens, especialmente em suas dimensões visuais e discursivas.

A escolha pelo Instagram como *corpus* fundamenta-se na centralidade que essa rede social ocupa nas disputas políticas contemporâneas. Por combinar diversos elementos como texto, imagem, vídeo, som e interação, a plataforma se consolidou como espaço privilegiado para a construção de narrativas identitárias e performativas. No caso de Duda Salabert, sua campanha utilizou intensamente o recurso visual para divulgar propostas, reforçar posicionamentos ideológicos, construir imagem pública e dialogar com diferentes segmentos do eleitorado.

Esses resultados quantitativos forneceram um panorama inicial da estratégia de comunicação e orientaram a análise qualitativa. Esta, por sua vez, foi organizada em três eixos principais, performatividade de gênero, afetividade como resistência e enfrentamento da transfobia, de acordo com referenciais teóricos de Judith Butler, Paul Preciado, Guacira Lopes Louro e Donna Haraway.

A abordagem metodológica segue um processo de categorização dos conteúdos, identificando padrões narrativos, temáticas recorrentes e estratégias discursivas. Para tal, foi empregada uma metodologia baseada nas categorias que surgem a partir da primeira visualização dos posts, possibilitando que as análises se desenvolvam de maneira indutiva, a partir do próprio material coletado.

Dado o crescente impacto da comunicação digital nas disputas eleitorais, a pesquisa também se insere no contexto de episódios recentes do marketing político digital, amplamente discutidos nas redes sociais. O objetivo da análise é contribuir para o debate sobre representatividade e direitos humanos na política, observando como a candidatura de Duda Salabert mobilizou discursos e gerou engajamento no ambiente digital.

3.1. Tabela dos dados analisados

Para consolidar a análise, apresenta-se abaixo a tabela dos 22 posts selecionados, categorizados por data, formato, tema principal, objetivo do post, enquadramento da identidade e público-alvo:

Tabela 1 - Postagens selecionadas do instagram de Duda Salabert

Data do post	Formato	Tema principal	Objetivo do post	Enquadramento da identidade	Público-alvo
16/08/2024	Reels	Início da campanha	Informar	Identidade secundarizada	Eleitores em geral
20/08/2024	Reels	Identidade de gênero	Mobilizar	Identidade centralizada	Eleitores em geral
24/08/2024	Reels	Educação	Apresentar proposta	Identidade secundarizada	Eleitores em geral
29/08/2024	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Estratégia de conciliação	Eleitores em geral
08/09/2024	Reels	Saúde	Apresentar proposta	Identidade secundarizada	Eleitores em geral
08/09/2024	Reels	Resumo semanal da campanha	Informar	Identidade secundarizada	Eleitores em geral

10/09/2024	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Identidade secundarizada	Juventude
12/09/2024	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Estratégia de conciliação	Eleitores progressistas
15/09/2024	Reels	Propostas de governo	Engajar	Identidade secundarizada	Mulheres
17/09/2024	Reels	Saúde	Defender posicionamento	Estratégia de conciliação	Mulheres
18/09/2024	Reels	Políticas públicas	Reagir	Estratégia de conciliação	População periférica
20/09/2024	Reels	Cultura	Engajar	Estratégia de conciliação	Eleitores em geral
21/09/2024	Reels	Publicidade	Engajar	Estratégia de conciliação	Eleitores em geral
22/09/2024	Reels	Direitos humanos	Engajar	Identidade centralizada	Eleitores progressistas

24/09/2024	Reels	Publicidade	Engajar	Identidade secundarizada	Eleitores em geral
25/09/2024	Reels	Identidade de gênero	Defender posicionamento	Identidade centralizada	Comunidade LGBTQIA+
25/09/2024	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada	Eleitores em geral
26/09/2024	Reels	Publicidade	Engajar	Identidade centralizada	Eleitores progressistas
27/09/2024	Reels	Questões climáticas	Mobilizar	Identidade centralizada	Eleitores em geral
01/10/2024	Reels	Intenção de votos	Mobilizar	Identidade centralizada	Eleitores progressistas
01/10/2024	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada	Eleitores em geral
02/10/2024	Reels	Intenção de votos	Mobilizar	Identidade centralizada	Eleitores indecisos

Fonte: Elaborado pela autora

Essa análise demonstra como a campanha de Duda Salabert no Instagram constituiu-se como um espaço de disputa simbólica, construção de afetos e pedagogia da insurgência. Seus

posts divulgam propostas, mas também promovem uma reconfiguração da representação política no Brasil contemporâneo de acordo com análise.

A coleta de dados foi realizada de forma manual e direta no perfil oficial da candidata (@dudasalabert), considerando apenas publicações públicas disponíveis no *feed*.

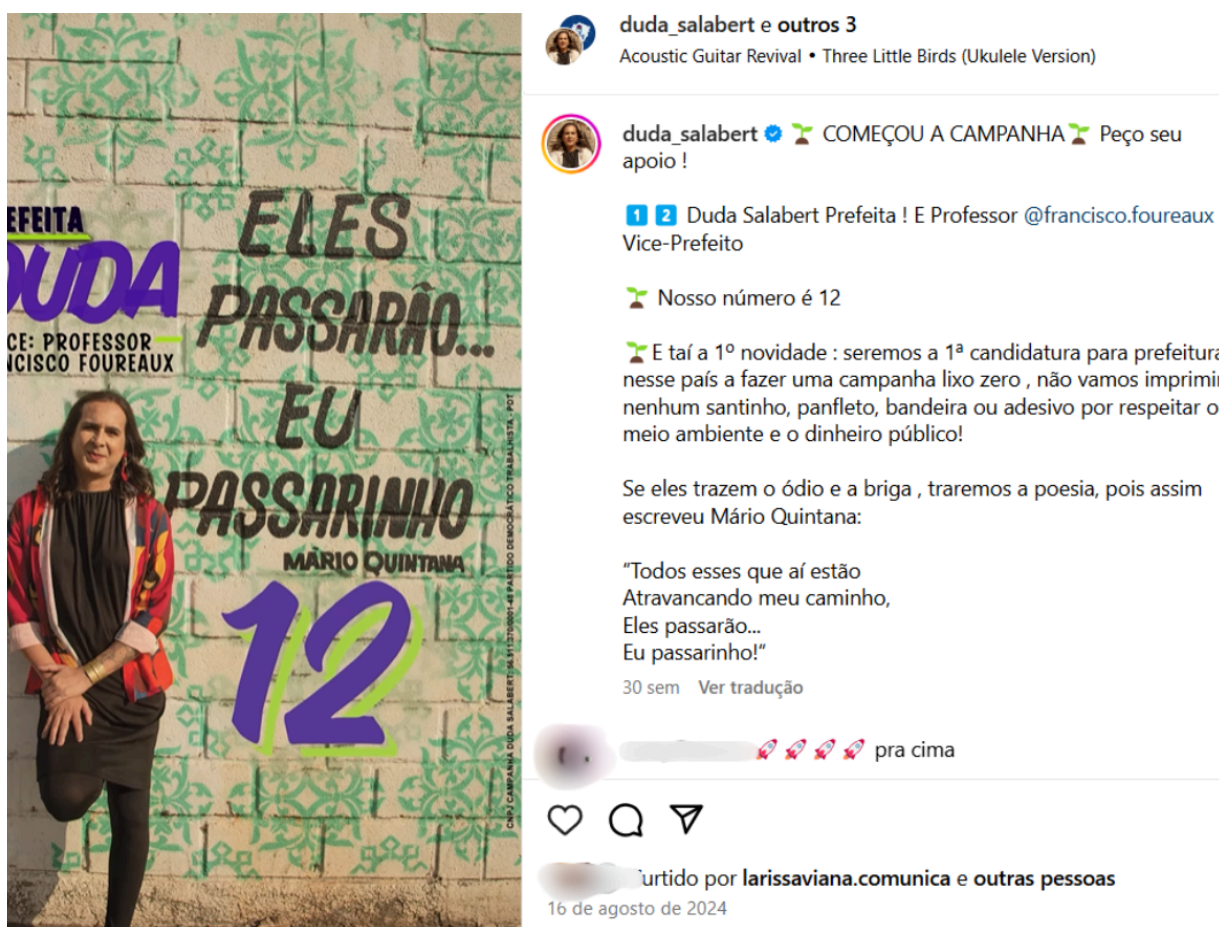
3.2. Análise discursiva e imagética das postagens

A construção da imagem política de Duda Salabert nas redes sociais é mediada por elementos visuais que reforçam sua identidade de gênero e sua proposta de ruptura com a política tradicional. A forma como a candidata se veste, os cenários escolhidos e os gestos corporais presentes nas imagens postadas no Instagram, são manifestações do que Judith Butler (2003) denomina performatividade de gênero. Cada ato corporal, seja o uso de roupas consideradas femininas, a maquiagem ou os gestos afetivos com crianças e apoiadores, reafirma a presença de um corpo dissidente no espaço político.

Essa performatividade ultrapassa o campo visual e se manifesta também nas legendas, frequentemente marcadas por um tom poético e contundente. No post de 16/08, primeiro dia de campanha, por exemplo, a candidata aparece de vestido preto, sandália, kimono colorido e acessórios diante de um muro feito a partir do designer com a frase “Eles passarão... eu passarinho”, verso do poeta Mário Quintana e, na legenda, complementa: “Se eles trazem o ódio e a briga, traremos a poesia”²⁰. Aqui, o corpo e o texto se alinham para comunicar força, resistência e sensibilidade, rompendo com a frieza e impessoalidade associadas à política hegemônica.

²⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C-vBu4rRwnz/>. Acesso em: 19 ago. 2025.

FIGURA 03 - A imagem evidencia a performatividade de gênero e a construção de uma presença política sensível e resistente



Fonte: Perfil oficial de Duda Salabert no Instagram (@duda_salabert)

Segundo Joan Scott (1995), a disputa por visibilidade é uma das dimensões das lutas de gênero, pois “as mulheres são invisíveis como sujeitos históricos, ainda que saibamos que elas participaram de grandes e pequenos eventos da história humana” (p. 93). Para a autora, refletir sobre essas ausências permite redefinir velhas questões e abrir novas perspectivas para a política feminista. Nesse sentido, Duda se torna visível e transforma essa visibilidade em denúncia e afirmação. Em muitos *posts*, ela se coloca como corpo em movimento, em caminhadas, debates, nas ruas e instituições, visibilizando uma existência que historicamente foi silenciada.

Ao lado disso, a categoria da “pedagogia do corpo político”, conforme Paul Preciado e Donna Haraway, se mostra nos momentos em que Duda utiliza sua própria vivência como ferramenta educativa. Nos vídeos que mostram seu convívio com crianças, estudantes e mulheres trans, há uma transmissão de saberes não formais que interpelam o público sobre

gênero, inclusão e direitos. Trata-se de um corpo que ensina ao existir, ou como diz Guacira Lopes Louro (1997, p.33), que "grupos dominados são, muitas vezes, capazes de fazer dos espaços e das instâncias de opressão, lugares de resistência e de exercício de poder".

A análise das imagens e legendas mostra que a campanha de Duda Salabert transcende o plano da comunicação eleitoral e se inscreve como um projeto simbólico que tensiona os sentidos hegemônicos de política, corpo e poder. A estética de sua campanha é forma, mas também conteúdo político: as cores, os afetos, os corpos retratados, tudo comunica resistência, desejo de transformação e radicalidade democrática. Como um dos padrões de seus discursos, ela sempre fala em “coragem”, “sonhar” e “mudanças”.

3.2. Análise dos Dados

A partir da sistematização das 108 postagens selecionadas no perfil oficial de Duda Salabert (@dudasalabert), observou-se a presença de estratégias discursivas e visuais que refletem elementos centrais da construção de sua identidade política. Tais estratégias revelam uma atuação comunicacional que transcende o marketing eleitoral tradicional, operando com forte carga simbólica e performativa. Com base nas teorias de Judith Butler, Paul Preciado, Guacira Lopes Louro e Donna Haraway, a análise foi organizada em três eixos temáticos: performatividade de gênero, afetividade e pedagogia da presença e enfrentamento da transfobia.

3.2.1. Performatividade e identidade de gênero

A performatividade de gênero está no centro da campanha de Duda Salabert. Em diversas postagens, como a do dia 02/10, a candidata aparece em um vídeo composto por recortes de momentos ao longo da campanha. Ela surge inicialmente em cena com um vestido longo e colorido e, em seguida, aparece dançando nas ruas, cumprimentando as pessoas com abraços e apertos de mão, ao som do *jingle* paródia “A mulher disparou”²¹. A conjugação dessas expressões identitárias dissidentes desafia a lógica binária e normativa que historicamente estrutura a política institucional. Segundo Judith Butler (2003), a identidade de gênero se constitui pela repetição de atos que podem tanto subverter quanto reiterar normas

²¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAosAzAx2p8/?igsh=MTZ1MDFuOTc0eDY1dg%3D%3D>. Acesso em: 15 ago. 2025.

sociais. Duda, ao ocupar o espaço político com seu corpo e discurso, encarna essa subversão de forma concreta e visível.

Além da performatividade corporal e discursiva, a campanha de Duda também mobilizou símbolos culturais para reforçar sua identidade de gênero e engajamento político. Um exemplo é a utilização da música “O Canto da Cidade”, de Daniela Mercury, ativista histórica da causa LGBTQIA+, que autorizou o uso da canção na campanha de Belo Horizonte.²² A canção, reconhecida como um hino de resistência e empoderamento, fortalece a presença de Duda na esfera pública e evidencia a articulação entre performatividade e repertórios culturais aliados à luta por direitos. Em um post de 26/09, ela agradece a cantora pela autorização.²³

Já em 08/09, um apanhado da terceira semana de campanha reúne diversos *takes* que também reforçam essa dimensão performativa. Entre eles, destacam-se as cadeiras com as cores da bandeira LGBTQ+, em um espaço da campanha denominado “Cine Duda”, definido por ela como um lugar de afeto, poesia e arte. O vídeo mostra ainda a candidata sendo fotografada ao lado de mulheres, entre elas uma que segura um leque da Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA). Na sequência, em outra cena Duda afirma: “a nossa vitória não pode ser individual, tem que ser coletiva, de todas nós”. Esse conjunto de símbolos e discursos explicita como a candidata mobiliza estética, coletividade e referências culturais ligadas à comunidade LGBTQ+ para compor sua presença política²⁴.

Além disso, Salabert demonstra uma performatividade que dialoga com o cuidado e a proteção, tradicionalmente associados ao feminino. Em um post de 10/09, ao falar sobre a proposta de construir uma “cidade para as crianças”, marcada por segurança e alegria, a candidata encarna simbolicamente o papel de cuidadora, performando o maternar na esfera política. Essa atuação evidencia como o cuidado com as crianças, historicamente ligado ao feminino, torna-se parte de sua estratégia de visibilidade política e reforça a dimensão performativa de sua identidade de gênero²⁵.

Sua performatividade ultrapassa o discurso, o gênero é também produzido por gestos cotidianos, como o modo de vestir. Um exemplo disso é o post do dia 08/09, no qual Salabert

²² Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2024/09/daniela-mercury-libera-uso-de-hit-por-campanha-a-de-duda-em-bh-e-comparada-a-beyonce.shtml>. Acesso em: 15 ago. 2025.

²³ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAZMNMKRTzg/?igsh=bHQyazFwZGFuNmly>. Acesso em: 15 ago. 2025.

²⁴ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_rXADdRGso/?igsh=aHBtejJ3Y3h5dG84. Acesso em: 19 ago. 2025.

²⁵ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_vHT_Xxfn7/?igsh=MWprZnh3MWpobjNlbO%3D%3D. Acesso em: 19 ago. 2025.

fala sobre políticas públicas assistenciais voltadas à dependência química. Essa é uma entre as tantas ocasiões em que ela veste peças tradicionalmente atribuídas ao feminino (blusa rosa, colares, brincos, maquiagem e penteado) reforçando a construção performativa de sua identidade de gênero no espaço público²⁶.

Essa presença pública de Duda pode ser compreendida também a partir das ideias de Paul B. Preciado (2018), que critica a ideia de que gênero é algo natural ou interno. Para ele, o gênero é um tipo de “programa” que molda como sentimos, pensamos e nos percebemos. Ele afirma que “a certeza de ser homem ou mulher é uma bioficção somatopolítica produzida por um conjunto de tecnologias do corpo, técnicas farmacológicas e audiovisuais” (Preciado, 2018, p. 127). Ou seja, o que achamos ser uma verdade sobre nós mesmos é, na realidade, o resultado de vários discursos, imagens e práticas sociais. Nesse sentido, a forma como Duda se apresenta e se expressa na campanha é uma maneira de questionar essa programação e mostrar que outras existências são possíveis, mesmo dentro do espaço político.

²⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_qJFavxX4o/?igsh=MWExeTF3cG43bnRxdw%3D%3D. Acesso em: 15 ago. 2025.

FIGURA 04 - Uma dentre tantas publicações onde a Duda performa o gênero usando peças atribuídas ao feminino dentro da lógica binária



Fonte: Perfil oficial de Duda Salabert no Instagram (@duda_salabert)

Outro aspecto observado é que, em todos os 108 posts analisados, Duda recorre sistematicamente ao pronome feminino ao se referir a si mesma, como no uso reiterado de “prefeita”, reforçando discursivamente a performatividade de sua identidade de gênero no espaço político.

3.2.2. Afetividade e pedagogia da presença

Duda também mobiliza afetos como elemento central de sua estratégia comunicacional. Em publicações como a de 20/09, ela constrói uma narrativa de acolhimento, empatia e amor político por meio da literatura. Uma criança chamada Lenin recita um poema dedicado a ela: “A mulher maravilha, no concreto de Belo Horizonte, nasceu uma flor regada à fé, esperança e amor. Amor pelas pessoas, animais e natureza. Com brilho nos olhos, que reflete sua beleza. Uma professora que traz consigo uma lição, sempre lutar com amor no

coração. Onde quer que ela chegue, de repente o sol brilha. Prefeita Duda, a mulher maravilhosa.”²⁷ No dia seguinte, 21/09, Salabert reaproveita o áudio da declamação e utiliza recursos de animação para ilustrar o poema, ampliando o alcance do gesto afetivo.²⁸

Em 17/09, durante um evento de apoio ao Hospital Sofia Feldman, Duda protagoniza um momento de forte carga emocional: o vídeo se inicia com uma pessoa não identificada, chorando, que relata o assassinato de sua irmã, travesti, além de sua expulsão de casa pela própria família. Duda, ao ouvi-la, pede para abraçá-la e afirma que sua candidatura não é apenas dela, mas também da irmã dessa pessoa. Nesse gesto, o acolhimento público da dor alheia transforma-se em ato político, conectando a história individual a uma luta coletiva e reafirmando a dimensão afetiva como resistência²⁹. Já no dia 24/09, ela inicia um *reels* contando que recebeu uma mensagem de Gláucia, uma eleitora, dizendo que o sonho da mãe dela, de 85 anos, era conhecê-la. A partir disso, Duda compra roscas em uma padaria e visita a mãe da eleitora, Tia Morena, um encontro marcado por carinho, reconhecimento e reciprocidade³⁰.

Essa dimensão afetiva aproxima-se da noção de pedagogia da presença, construída por Guacira Lopes Louro (1997), segundo a qual o corpo generificado em contextos educativos transmite conhecimento e produz deslocamentos simbólicos. No caso de Duda, o Instagram torna-se também um dispositivo pedagógico, no qual se ensina, por meio da prática, que é possível ser travesti, professora, mãe, política e resistente. Nesse sentido, até elementos de campanha mais lúdicos, tradicionais do marketing político são utilizados. Como o uso recorrente de música popular brasileira, “*All Star*”, de Nando Reis, com o trecho “aperta o 12 que é seu andar”, em consonância com o número de urna, funcionam como gestos de aproximação que mobilizam memória afetiva e criam uma atmosfera de cumplicidade com o público. Ao integrar referências musicais conhecidas a seu número de urna, Duda constrói uma ponte sensível entre a política e o cotidiano, reafirmando a presença como um ato pedagógico capaz de gerar pertencimento e identificação. Bem como no *reels* de 25/09, em

²⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAI2smHxt0w/?igsh=c2Flb3ducThzaHR1>. Acesso em: 15 ago. 2025.

²⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DALa7YrxFkQ/?igsh=MWQxZGh3aTdhaW92MA%3D%3D>. Acesso em: 15 ago. 2025.

²⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DACMOiNRC8a/?igsh=MTZxNTN3YmV2ZGdjO%3D%3D>. Acesso em: 15 ago. 2025.

³⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAURRWoxAHj/?igsh=bDBwYXo2OXBoN2th>. Acesso em: 15. ago. 2025.

que Duda inicia falando, “Tô com essa música na cabeça o dia todo” e surgem trechos de diferentes pessoas cantarolando a canção³¹.

FIGURA 05 - Montagem visual, publicada em 01/10, composta por múltiplos números “12” em diversos formatos e trecho em looping da frase “aperta o doze”, extraída da música All Star (Nando Reis)³²



Fonte: Perfil oficial de Duda Salabert no Instagram (@duda_salabert)

Já no dia 15/09, Duda publica um vídeo no qual anuncia que, a pedido da campanha, crianças elaboraram, pela primeira vez na história de Belo Horizonte, um plano de governo para a cidade³³. Entre as propostas apresentadas pelos pequenos estão a revitalização da Lagoa da Pampulha, a construção de uma estação de foguete na Praça Sete, além da instalação de videogames e bebedouros de suco de laranja e bibliotecas nos pontos de ônibus. No final do *reels*, as crianças afirmam: “Essa é a Duda, nossa prefeita”, ressaltando que, para realizar tudo isso, a cidade precisa de uma líder corajosa e inteligente como uma professora.

³¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAVuGouJARk/?igsh=d3liaHdnZXR3MmUz>. Acesso em: 15 ago. 2025.

³² Disponível em: https://www.instagram.com/reel/DAmJI01xIc_/?igsh=dDI0dWOxZTRoaTY2. Acesso em: 15 ago. 2025.

³³ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_9OBJGRSDV/?igsh=MXdlaDBiNmo4aG52aO%3D%3D. Acesso em: 15. ago. 2025.

Nesse contexto, a afetividade também pode ser entendida como uma forma de resistência. Isso está alinhado com Paul B. Preciado (2018), que analisa como os corpos dissidentes, aqueles que não seguem as normas de gênero e sexualidade, vivem em um sistema que controla emoções, desejos e comportamentos por meio de remédios, imagens e tecnologias. Segundo o autor, esse sistema “sintetiza e define um modo específico de produção e consumo, uma temporalização masturbatória da vida, uma estética virtual e alucinógena do objeto vivo [...] um modo contínuo de desejar e resistir, de consumir e destruir, de evoluir e se extinguir” (Preciado, 2018, p. 43–44). Nesse cenário, quando esses corpos compartilham afeto, isso se torna um ato político, que desafia as regras sociais e questiona o que é considerado normal ou legítimo no espaço público.

A performatividade afetiva de Duda também se articula à teoria da performatividade de Judith Butler, para quem o gênero é um efeito produzido por repetição de atos e normas. Nas palavras da autora: “o gênero é a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora, altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural de ser” (BUTLER, 2003, p. 59). Ao se colocar publicamente como figura de cuidado, escuta e empatia, Duda subverte o imaginário político tradicional, desestabilizando as normas que regulam a representação de corpos dissidentes.

O post de 22/09 exemplifica essa pedagogia afetiva em ação: em meio a uma coletiva de imprensa na região do Barreiro, Duda é registrada no momento em que Pedro, um adolescente autista, interrompe a entrevista e inicia um diálogo. Na legenda do *post*, ela escreve: “Foi um momento sensível e de troca de afetos e de esperança — algo raro em uma campanha eleitoral dura...”³⁴. No vídeo, Duda e Pedro conversam sobre o preconceito e o bullying, violências que, embora distintas, os conectam na experiência da exclusão e na defesa de uma sociedade mais justa.

Ao transformar vivências íntimas em narrativas públicas, Duda reinscreve a experiência como campo político e desafia os silenciamentos históricos que marcaram os corpos trans.

³⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAO1fTjR6yb/?igsh=MXhzaDIz zamg4ZDV5ag%3D%3D>. Acesso em: 15 ago. 2025.

3.2.3. Conflito e enfrentamento da transfobia

Apesar da estética de afeto e cuidado presente na campanha, a trajetória política de Duda Salabert também é marcada por episódios de violência e transfobia, amplamente visibilizados em suas redes sociais. Na publicação de 25/09, ela relembra os ataques sofridos durante a eleição de 2022: “Eu fui a candidata que mais sofreu violência política na última eleição. Eu tive que votar com colete à prova de bala. As pessoas querem me matar por onde passo, mas o afeto e o amor que a cidade tem por nós é muito maior”³⁵. De forma complementar, em uma publicação no dia 12/09, Duda também evidencia o peso simbólico e social que carrega como candidata trans, destacando que sua existência política confronta diretamente preconceitos históricos: “Somos a única candidatura que traz no corpo e na própria identidade a marca do preconceito, da violência e da exclusão”³⁶. Ao compartilhar esse episódio, Duda denuncia a violência e reinscreve sua experiência como parte de uma luta coletiva por visibilidade e justiça.

No caso de Salabert, sua identidade de gênero e trajetória política são performadas na tensão entre visibilidade e vulnerabilidade, num campo marcado por tentativas constantes de deslegitimação. Essa tensão aparece inclusive quando a própria candidata evita centralizar pautas de gênero em sua campanha.

No post de 24/08, Duda afirma: “Muita gente me pergunta o que eu acho sobre a linguagem neutra e outras pautas exclusivamente identitárias. O que eu defendo é que todos tenham a mesma oportunidade e que possamos nos respeitar independente de qualquer diferença.”³⁷. E também no post de 18/09, onde ela fala que “a nossa candidatura não é identitária”³⁸. Ao dizer isso, reposiciona o debate identitário, recusando a lógica da fragmentação e reafirmando a luta por igualdade como princípio estruturante de sua atuação. Nesse contexto, o Instagram opera como um contra-espço — conceito relacionado às ideias de contra-hegemonia —, funcionando tanto como canal de denúncia quanto como espaço de produção de contra-narrativas.

³⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAWuu0xs8M/?igsh=MXdnN3JIYWJodXJ3OA%3D%3D>. Acesso em: 15 ago. 2025.

³⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_0REWbRnP9/?igsh=MXMzY2ZvNmNzb2wwdA%3D%3D. Acesso em: 15 ago. 2025.

³⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_DY14-xPE_/?igsh=MWZ5dnRmOTMwMjhtNA%3D%3D. Acesso em: 15 ago. 2025.

³⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DADwIsFfgJY/?igsh=cHc0emg3MThob21u>. Acesso em: 15 ago. 2025.

Um exemplo adicional dessa articulação entre identidade, política e denúncia de desigualdades estruturais aparece no *post* de 29/08, em que Duda inicia respondendo à pergunta frequentemente atribuída à pauta identitária: “qual banheiro você usa?”.³⁹ Em vez de responder sobre sua experiência pessoal, ela desloca o debate para a falta de banheiros públicos em Belo Horizonte, mostrando que apenas quatro banheiros públicos atendem dois milhões de pessoas. Com isso, é evidenciado como questões de identidade se entrelaçam com desigualdades sociais mais amplas e utiliza sua visibilidade para denunciar um problema estrutural, transformando uma pergunta sobre identidade em um gesto político de enfrentamento e promoção da dignidade.

Um exemplo eloquente dessa dinâmica é o *post* de 20/08, em que Duda fala: “A extrema direita, desde o primeiro dia que eu lancei a minha candidatura, tem feito piadas, memes e me atacado com todo tipo de preconceito e ódio. Tudo relacionado a quem eu sou. E sabe por quê? Porque eles não tem nada a dizer sobre meu preparo, meu trabalho e minhas propostas. Essa não é uma campanha sobre quem eu sou, mas sobre os problemas que eu e você sabemos que BH tem”⁴⁰. Em consonância com a fala, surgem recursos visuais com comentários que ela enfrenta, que a ridicularizam com xingamentos como “homem de peruca”, “nojenta”, “macho de vestido” e até mesmo ameaças de morte. Nesse registro, evidencia-se o que Butler (2003) formula como a dimensão reiterativa da violência de gênero, onde insultos e gestos repetidos deslegitimam e produzem efeitos de verdade sobre os corpos dissidentes. No entanto, ao tornar públicos esses ataques e associá-los à ausência de propostas dos adversários, Duda ressignifica a violência, deslocando-a de uma marca de vulnerabilidade para uma estratégia de enfrentamento. Sua performatividade, portanto, articula denúncia e resistência, expondo como a transfobia não é individual, mas estruturante do campo político.

Outro exemplo do enfrentamento da transfobia é o vídeo publicado pela campanha em 27/09, que projeta um futuro distópico em 2074, mostrando uma Belo Horizonte desértica, sem água e submetida a calor extremo. Uma voz narrativa alerta: “tudo começou há 50 anos, quando mesmo depois de meses sem chuva e poluição intensa, a gente escolheu candidatos que ignoravam a importância do meio ambiente e da crise climática que se agudizava”, e acrescenta que isso ocorreu “com base no argumento de que a gente não poderia ter uma prefeita trans em 2024”. Ao fundo, imagens de Duda Salabert em meio à natureza contrapõem-se às cenas de opositores, reforçando que a exclusão de uma candidata trans representa prejuízos concretos à coletividade. Este vídeo evidencia que a transfobia ultrapassa

³⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_RMreLBRSo/. Acesso em: 20 ago. 2025.

⁴⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C-5DYY4xJKg/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

a esfera simbólica e tem consequências políticas e sociais reais, funcionando como denúncia e alerta para o impacto de decisões pautadas pelo preconceito⁴¹. A narrativa atua como dispositivo pedagógico, mostrando que a inclusão de pessoas trans na política envolve questões identitárias e também se configura como fator de transformação e responsabilidade social.

Não há enunciação neutra, toda fala emana de um corpo atravessado por marcadores sociais. Duda explicita esse lugar ao reivindicar o direito de ocupar espaços institucionais a partir de um corpo dissidente, mesmo quando evita tematizar diretamente sua identidade. Sua candidatura, portanto, é, por si só, um gesto político de enfrentamento, que rompe com a lógica de invisibilidade historicamente imposta às pessoas trans no Brasil.

No post de 01/10, Duda critica o chamado “voto útil” e defende o que chama de “voto de coragem”. Posicionando-se no campo progressista, afirma ser a candidata com maiores chances de chegar ao segundo turno. Ainda assim, aponta que parte desse mesmo campo optou por apoiar um adversário que, segundo ela, “tem um vice ultraconservador e reacionário”. Duda também acusa alguns setores progressistas de, inicialmente, rejeitarem a unificação em torno de sua candidatura por transfobia e, então, preferirem apoiar o prefeito, Fuad Noman, em vez de sua campanha⁴².

Por fim, a exposição das violências que sofre, como ataques transfóbicos e ameaças à sua integridade, não fragiliza sua imagem pública. Ao contrário, reforça sua performatividade como figura insurgente, articulando visibilidade, resistência e afetividade como forças políticas.

⁴¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAb0SZGRICI/?igsh=MXBycWtwczZzMm5tbO%3D%3D>. Acesso em: 15 ago. 2025.

⁴² Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAld1-3xK5R/?igsh=MWdzc2pwbnlkeDRpNO%3D%3D>. Acesso em: 15 ago. 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou o conteúdo publicado no perfil oficial do Instagram de Duda Salabert durante o período eleitoral ao pleito da Prefeitura de Belo Horizonte, destacando as estratégias de comunicação mobilizadas em um contexto marcado pelo marketing político e por disputas simbólicas em torno de gênero, sexualidade e representatividade. A partir de uma abordagem quantitativa e, posteriormente, qualitativa, ancorada na análise de conteúdo e no referencial teórico de autoras e autores como Judith Butler, Guacira Lopes Louro, Donna Haraway e Paul Preciado, buscou-se compreender como a figura da candidata trans se inscreve nas tensões entre identidade, poder e linguagem.

Os dados coletados permitiram identificar padrões de publicação, temas recorrentes e estratégias narrativas mobilizadas ao longo da campanha, contribuindo para compreender de que maneira a candidata construiu sua presença política no ambiente digital e como essa comunicação dialoga com debates mais amplos sobre gênero, representatividade e marketing político. A análise revelou que sua performance nas redes sociais opera como dispositivo pedagógico e de afirmação identitária, desestabilizando categorias normativas de gênero e os limites simbólicos impostos aos corpos dissidentes. As postagens evidenciam um uso estratégico do corpo e, sobretudo, da linguagem para provocar reflexão, gerar empatia e reivindicar pertencimento político, fazendo da própria existência um ato de enfrentamento.

Observou-se ainda que, se o Instagram se apresenta como espaço de visibilidade e fortalecimento de discursos de inclusão, ele também se configura como ambiente de violência simbólica. A contribuição teórica de Judith Butler e Paul Preciado foi fundamental para compreender a dimensão performativa dessa atuação política, enquanto Joan Scott possibilitou analisar como os sentidos de pertencimento e exclusão operam nos discursos e no imaginário coletivo. Já Donna Haraway e Guacira Lopes Louro contribuíram para pensar o corpo como território de disputas, resistência e produção de saberes, ampliando a compreensão do papel da comunicação digital na formação de subjetividades políticas.

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa buscou garantir rigor na seleção do corpus, na análise categorial e na sistematização dos dados. A coleta foi realizada manualmente, por meio da observação direta do perfil da candidata, com registro individual de cada publicação realizada no período eleitoral. Cada postagem foi catalogada em planilha própria, contendo informações como data, formato, tema e elementos discursivos. Esse procedimento possibilitou maior controle sobre o corpus e permitiu uma leitura atenta das especificidades de cada publicação. A combinação entre análise textual, imagética e

interacional favoreceu uma abordagem coerente com a complexidade do objeto. A análise das 108 publicações permitiu identificar recorrências e padrões comunicacionais, servindo de base para a seleção de 22 postagens examinadas em profundidade.

A fundamentação em marketing político possibilitou situar a campanha de Duda Salabert em um panorama mais amplo, evidenciando transformações nas estratégias eleitorais impulsionadas pelas tecnologias digitais. Observou-se que o marketing político em plataformas como o Instagram deixou de ocupar um papel complementar e passou a ser central na construção da imagem pública e na mobilização eleitoral. A campanha analisada dialoga com tendências contemporâneas ao utilizar conteúdos multimodais para estabelecer vínculos mais próximos com o eleitorado. Ainda que tenha sido derrotada no primeiro turno, a candidatura evidencia como o ambiente digital se consolidou como espaço estratégico e disputado na política contemporânea.

Por fim, este trabalho contribui para o debate sobre a presença de corpos dissidentes na política institucional e reforça a necessidade de repensar os espaços públicos, digitais e presenciais, como lugares de reconhecimento. A trajetória analisada convida à reflexão sobre os sentidos da democracia, os limites da representatividade e as possibilidades de construção de um futuro mais plural e inclusivo.

A pesquisa, análise e escrita deste trabalho de conclusão de curso constituíram um caminho árduo e extenso. Ao longo desse processo, tornou-se evidente que trabalho e estudo caminham lado a lado e que a teoria ganha sentido quando tensionada pela prática. Muitas das reflexões desenvolvidas atravessaram minha atuação como assessora de comunicação política, fortalecendo um olhar crítico sobre o cenário em que estou inserida e ampliando minha compreensão das disputas simbólicas que o estruturam.

A escolha do objeto de estudo, construída ao longo do percurso, foi decisiva nesse processo. Investigar algo presente no meu cotidiano revelou-se uma decisão potente. Momentos como o encontro com a própria Duda Salabert, durante aula magna ministrada na Universidade Federal de Ouro Preto, ampliaram minha compreensão sobre dinâmicas de visibilidade e resistência, aproximando a pesquisa das tensões concretas da política contemporânea. A estudante que iniciou este trabalho não é a mesma que o conclui: houve amadurecimento acadêmico, mas também transformação enquanto cidadã e profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARMENTO, Rayza; MASSUCHIN, Michele Goulart; MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Comunicação e Política no Brasil: um panorama recente. **BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, [S. l.], n. 95, 2021. Disponível em: <https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/118>. Acesso em: 16 jul. 2025.

AZEVEDO JÚNIOR, Aryovaldo de Castro; BERNARDI, Karina Lançoni; PANKE, Luciana (org.). **Eleições 2020: comunicação eleitoral na disputa para prefeituras**. Campina Grande: Eduepb, 2020. 346 p. Disponível em: <https://comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/2021/05/18/eleicoes-2020-comunicacao-eleitoral-na-disputa-para-prefeituras/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

BARCELOS, Júlia Rocha de. **Big data, algoritmos e microdirecionamento: desafios para a regulação da propaganda eleitoral**. 2019. 171 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/DIRS-BELHWW>. Acesso em: 25 ago. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007. Introdução, organização e seleção: Sergio Miceli.

BRAVO, Ángel Vera. Campañas electorales, la propaganda que supera al marketing político. **Revista Enfoques de la Comunicación**, Quito, Ecuador, [S.l.], n. 6, p. 217-238, 2021. DOI: [10.1000/rec.vi6.57](https://doi.org/10.1000/rec.vi6.57) Disponível em: <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/57>. Acesso em: 10 jun. 2025.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2006. Disponível em: https://diegodelpasso.com/wp-content/uploads/2016/05/manuel-castells-a-sociedade-em-rede.pdf?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 25 agosto. 2025.

COSTA, Waldineia Stefane Ferreira de Oliveira. **#joãotrabalhador: a construção da imagem de João Dória no Instagram durante a campanha eleitoral de 2016**. 2020. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. 308 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31967>. Acesso em: 15 mar. 2025.

HARAWAY, Donna. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. Tradução: Mariza Corrêa. Revisão: Iara Beleli. **Cadernos Pagu**, Campinas, [S.I.], n. 22, p. 201–246, 2004. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/cpa/a/cVkrGkCBfnpY7qgHmzYCgd/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 30 jul. 2025.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, Situando diferenças, v.5, p. 7-41, 1995. Disponível em:

<https://ieg.ufsc.br/public/storage/articles/October2020/31102009-083336haraway.pdf>. Acesso em 7 ago. 2025.

KREISS, Daniel. **Prototype Politics: technology-intensive campaigning and the data of democracy**. Nova York: Oxford University Press, 2016. Disponível em:

https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=KqhHDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:HrXT7WnEzoUJ:scholar.google.com&ots=wvk80IWVOA&sig=v4t-Rh5TfWjKULGyn6DTIZs-bB0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 24 jul. 2025.

LEBLANC, Paola Barreto; AMORIM, Lucas Brasil Vaz. **Corpos dissidentes afro-diaspóricos e suas poéticas contemporâneas no espaço urbano**. *Revista Prumo*, Rio de Janeiro, ano 4, n. 7, 2020. Disponível em:

<https://periodicos.puc-rio.br/revistaprumo/article/view/1130/641>. Acesso em: 15 mar. 2026.

LIMA, Venício A. de. Sete teses sobre mídia e política no Brasil. **Revista USP**, São Paulo, Brasil, n. 61, p. 48–57, 2004. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i61p48-57. Disponível em:

<https://revistas.usp.br/revusp/article/view/13317>. Acesso em: 20 jun. 2025.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

MANHANELLI, Carlos. *Marketing Eleitoral: teoria e prática*. 6. ed. São Paulo: Summus, 2011. *E-book*. Disponível em:

https://pt.everand.com/read/405774045/Marketing-Eleitoral-O-passo-a-passo-do-nascimento-de-um-candidato#c_search-menu_837224. Acesso em: 25 ago. 2025.

MANHANELLI, Carlos A. Buonacorso. **Jingles Eleitorais e Marketing Político**. 1 ed Editora Summus. 2011. *E-book*. Disponível em:

https://pt.everand.com/read/405823023/Jingles-eleitorais-e-marketing-politico-Uma-dupla-do-barulho#c_search-menu_253775. Acesso em: 25 ago. 2025.

PAULA, Carolina Almeida de; TEIXEIRA, Paulo Loiola. **Marketing Político e Eleitoral**. Curitiba: InterSaberes, 2023.

PRECIADO, Paul B. **Manifesto contrassexual**. Tradução: Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: n-1 edições, 2014.

PRECIADO, Paul B. **Testo Junkie: sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica**. Tradução: Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: n-1 edições, 2018.

SCOTT, Joan Wallach. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71–99, jul./dez. 1995. Disponível em: https://archive.org/details/scott_gender. Acesso em: 25 jun. 2025.

STEFANONI, Pablo. **A rebeldia tornou-se de direita? Como o antiprogressismo e a anticorreção política estão construindo um novo sentido comum (e por que a esquerda deveria levá-los a sério)**. Tradução: Beatriz Marchesini. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2022. *E-book (p.)*. ISBN 9788526815513. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/dmpyw>. Acesso em: 31 jul. 2025.

SCHÜTZ, Alfred. O estrangeiro: um ensaio em psicologia social. Tradução: Márcio Duarte e Michael Hanke. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, n. 113, out. 2010, p. 499–507. ISSN 1519-6186.

THOMPSON, Jonh B. A Nova Visibilidade. **Revista Matrizes**, São Paulo, [S.I], n. 2, p. 15-38, abril, 2008. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190/40930>. Acesso em: 25 ago. 2025.

TUFEKCI, Zeynep. **Twitter and Tear Gas: the power and fragility of networked protest**. New Haven & London: Yale University Press, 2017. 360 p. Disponível em: <https://mediarep.org/entities/book/979905e2-3940-4132-be87-4ce184e45e8c>. Acesso em: 7 jul. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO. Sistema de Bibliotecas e Informação. **Guia para normalização de trabalhos acadêmicos**. Ouro Preto, 2023. Disponível em: <http://www.sisbin.ufop.br/servicos/normalizacao>. Acesso em: 25 ago. 2025.

APÊNDICES

Análise de conteúdo na íntegra.

Data do post	Link do post	Formato	Tema principal	Objetivo do post	Enquadramento da identidade	Público-alvo
16/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-vBu4rRwnz/	Reels	Início da campanha	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
16/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-vy-DPRRe5x/	Imagem	Início da campanha	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
17/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-xX3DGylqb/	Reels	Educação	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
18/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-z5TUMxQiD/	Reels	Transporte público	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
19/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-21nfNx4Fs/	Reels	Intenção de votos	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque	Eleitores indecisos

					à identidade trans)	
19/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-3ZRKUR1zk/	Reels	Proposta de campanha	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores indecisos
20/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-5DYY4xJKg/	Reels	Identidade de gênero	Mobilizar	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans como força política)	Eleitores em geral
21/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-7nKlkxxun/	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
21/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-8zbtmQR6zf/	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
22/08/2024	https://www.instagram.com/p/C--K_78MqIs/	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
22/08/2024	https://www.instagram.com/p/C-_Qt78tvxt/	Reels	Intenção de votos	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores indecisos

23/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_BZgMFx0yO/	Reels	Agroecologia	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
23/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_BvBcXRTO7/	Reels	Educação	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
24/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_DY14-xPE/	Reels	Educação	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
24/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_EelnrRjhH/	Reels	Agroecologia	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	População periférica
25/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_F5hKINIP/	Reels	Resumo semanal da campanha	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
25/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_HRhHTxXLG/	Reels	Denúncia	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral

26/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_Jhpm5RJ-z/	Reels	Saúde	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	População periférica
27/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_LDDY_Rxk2/	Reels	Crise climática	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
27/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_L_MWfRJqB/	Reels	Segurança pública	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
27/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_MSsErRJBV/	Reels	Direitos humanos	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
28/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_NnwhMsMa2/	Reels	Educação	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
28/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_OluuPxs aD/	Reels	Intenção de votos	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral

29/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_QMIGOMTse/	Reels	Transporte público	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
29/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_RMreLBRsq/	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Eleitores em geral
30/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_S26pnRdly/	Reels	Denúncia	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
30/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_Tv1FZR LF8/?img_index=1	Carrossel	Pesquisa	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
31/08/2024	https://www.instagram.com/p/C_VckQjxopm/	Reels	Meio ambiente	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
01/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_X-uS-xxRD/	Reels	Início da campanha	Mobilizar	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Eleitores progressistas
01/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_ZJZNVxDy1/	Reels	Resumo semanal da campanha	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque	Eleitores em geral

					à identidade trans)	
02/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_ahNRhCQQa/	Reels	Transporte público	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
02/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_bgB4pR8S9/	Reels	Intenção de votos	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
03/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_dE8whihXA/	Reels	Esporte	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
04/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_fpwl1Kd63/	Reels	Merenda escolar	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
04/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_gnvhyuOpm/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
04/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_hDKg8RcDX/	Reels	Crise climática	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral

05/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_jN2UXxNOt/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
05/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_jLoi5R80Q/	Reels	Intenção de votos	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
06/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_kytxoNYtn/	Reels	Vulnerabilidade de social	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	População em situação de rua
06/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_mBWRNRcGK/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
07/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_n8ul6RPlz/	Reels	Agroecologia	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	População periférica
08/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_qJFavxX4o/	Reels	Saúde	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral

08/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_rIE-rRKLP/	Reels	Cultura	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Juventude
08/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_rXADdRGso/	Reels	Resumo semanal da campanha	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
09/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_shptKRIPV/	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
09/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_tZUOXRusV/	Imagem	Cultura	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
09/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_tx6UnxRab/	Reels	Adoção de animais	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
10/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_vHT_Xfn7/	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Juventude

11/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_xqutoMkRh/	Reels	Propostas de governo	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	População periférica
11/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_yCNx1xK8L/	Reels	Intenção de votos	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
12/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_0REWbRnP9/	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Eleitores progressistas
12/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_0oXH0Rykv/	Reels	Denúncia	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
12/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_1OxKwRTJf/	Reels	Educação	Defender posicionamento	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Eleitores progressistas
12/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_1ce9hRqmC/	Reels	Meio ambiente	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
13/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_20rCcpJKV/	Reels	Transporte público	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque	Eleitores em geral

					à identidade trans)	
13/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_318IXx844/	Reels	Adoção de animais	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
13/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_4K8INRCnA/	Reels	Cultura	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	População periférica
14/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_5ZgBixq2k/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
15/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_7_06Mxhxj/	Reels	Cultura	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
15/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_9Cw99Rihe/?img_index=1	Imagem	Propostas de governo	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
15/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_9QBJGRSDV/	Reels	Propostas de governo	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Mulheres

16/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_gMBSx82v/	Reels	Resumo semanal da campanha	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
16/09/2024	https://www.instagram.com/p/C__Vu6Zx-EO/	Reels	Denúncia	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
16/09/2024	https://www.instagram.com/p/C_rKvExBF2/	Reels	Publicidade	Engajar	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Comunidade LGBTQIA+
17/09/2024	https://www.instagram.com/p/DABJrkqxy7t/	Reels	Cultura	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
17/09/2024	https://www.instagram.com/p/DACMQiNRC8a/	Reels	Saúde	Defender posicionamento	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Mulheres
18/09/2024	https://www.instagram.com/p/DADwlsFvgJY/	Reels	Políticas públicas	Reagir	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	População periférica
18/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAEqD-lxABl/	Reels	Educação ambiental	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral

18/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAE_8nfR_8ke/	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
19/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAGV9LwxQ9Q/?img_index=1	Carrossel	Educação	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
19/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAHSDFGRcMZ/	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
20/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAI2smHxt0w/	Reels	Cultura	Engajar	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Eleitores em geral
20/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAJ5-qZxf4X/?img_index=1	Carrossel	Meio ambiente	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
21/09/2024	https://www.instagram.com/p/DALa7YrxFkQ/	Reels	Publicidade	Engajar	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Eleitores em geral
21/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAMuucFgRal/	Reels	Meio ambiente	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque	Eleitores progressistas

					à identidade trans)	
22/09/2024	https://www.instagram.com/reel/DAO1fTjR6yb/?igsh=MXhzaDlZamg4ZDV5aq%3D%3D	Reels	Direitos humanos	Engajar	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans como força política)	Eleitores progressistas
22/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAOBHkdx c1C/	Reels	Resumo semanal da campanha	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
23/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAQjFG6R3nf/?img_index=1	Carrossel	Cultura	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
23/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAR3qaCR3yt/	Reels	Direitos humanos	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
24/09/2024	https://www.instagram.com/p/DATJKpGR1Vg/	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
24/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAURRW OxAHj/	Reels	Publicidade	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral

25/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAVuGouJARk/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
25/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAWG1m0RnCZ/	Reels	Publicidade	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
25/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAWuu0xs8M/	Reels	Identidade de género	Defender posicionamento	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans como força política)	Comunidade LGBTQIA+
26/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAYUFCUxlsc/?img_index=1	Carrossel	Mobilidade urbana	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
26/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAYnT1ku6tJ/	Reels	Políticas públicas	Mobilizar	Estratégia de conciliação (transversalidade dos temas com a vivência trans)	Eleitores progressistas
26/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAZMNMKRTzg/	Reels	Publicidade	Engajar	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans como força política)	Eleitores progressistas
27/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAb0SZGRICI/	Reels	Questões climáticas	Mobilizar	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans)	Eleitores em geral

					como força política)	
28/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAde-SpRrYg/?img_index=1	Imagem	Publicidade	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
28/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAewOAXOyg/	Reels	Tecnologia	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
29/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAgEzsOxE3J/	Reels	Propostas de governo	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
29/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAhQ-VsRYQy/	Reels	Resumo semanal da campanha	Defender posicionamento	Estratégia de conciliação (transversalidade de dos temas com a vivência trans)	Eleitores em geral
29/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAhX1bQRhxs/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
30/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAimPLXx7CJ/?img_index=1	Carrossel	Saúde	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral

30/09/2024	https://www.instagram.com/p/DAj4uGpxjAB/	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
01/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAld1-3xK5R/	Reels	Intenção de votos	Mobilizar	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans como força política)	Eleitores progressistas
01/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAmJI01xl_c/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
02/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAnxMskxXE9/	Reels	Transporte público	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
02/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAosAzAx2p8/	Reels	Intenção de votos	Mobilizar	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans como força política)	Eleitores indecisos
03/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAqWaOexhm2/?img_index=1	Carrossel	Economia	Apresentar proposta	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
03/10/2024	https://www.instagram.com/p/DArSIDrRJgY/	Reels	Mobilidade urbana	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas)	Eleitores em geral

					"universais", sem destaque à identidade trans)	
03/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAr0pE4IEaN/	Reels	Denúncia	Informar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
04/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAs6Ed5xV-5/	Reels	Intenção de votos	Mobilizar	Identidade centralizada (uso explícito da condição de mulher trans como força política)	Eleitores progressistas
04/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAt22j-R3wm/	Reels	Publicidade	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	População periférica
05/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAwACHdxWNm/?img_index=1	Carrossel	Propostas de governo	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral
05/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAwTbF2xSIJ/	Reels	Meio ambiente	Defender posicionamento	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores progressistas
05/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAwjXlqxDsw/	Reels	Meio ambiente	Mobilizar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque	Eleitores progressistas

					à identidade trans)	
06/10/2024	https://www.instagram.com/p/DAzaaolRy32/	Imagem	Agradecimentos	Engajar	Identidade secundarizada (foco em propostas "universais", sem destaque à identidade trans)	Eleitores em geral