

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO - FAGED
CURSO DE JORNALISMO

MELL EMILLY SANTOS

**ENTRE(LINHAS) DO PODER: UMA ANÁLISE DAS INDUMENTÁRIAS DE JANJA
SILVA E MICHELLE BOLSONARO COMO ELEMENTOS DE CONSTRUÇÃO DE
GÊNERO NA POLÍTICA**

UBERLÂNDIA

2026

MELL EMILLY SANTOS

**ENTRE(LINHAS) DO PODER: UMA ANÁLISE DAS INDUMENTÁRIAS DE JANJA
SILVA E MICHELLE BOLSONARO COMO ELEMENTOS DE CONSTRUÇÃO DE
GÊNERO NA POLÍTICA**

Trabalho de Conclusão desenvolvido como exigência para a aprovação na disciplina de Pesquisa em Comunicação II, no oitavo período do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia.

Orientador(a): Prof. Dra. Nicoli Tassis.
Coorientador: Prof. Dr. João Damásio.

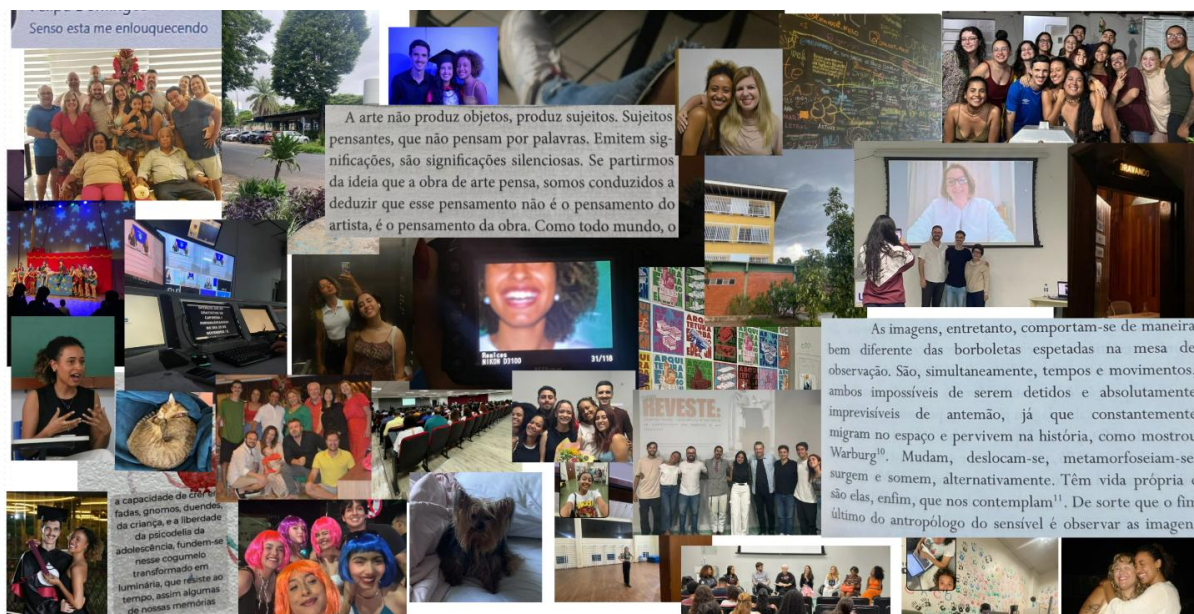
UBERLÂNDIA

2026

Dedico este trabalho às minhas sobrinhas. Vocês me lembraram da importância da comunicação no desenvolvimento de um ser humano. Suas risadas e brincadeiras me fizeram acreditar de novo que vale a pena escrever. Vale a pena, desejar um futuro melhor.

AGRADECIMENTOS

Prancha: anos de graduação



Fonte: elaborada pela autora (2026).

Agradeço em primeira mão aos meus pais Leonizia e Paulo, porque sei que vocês tinham muita expectativa sobre o que eu seria, e ainda assim, me permitiram escolher meu próprio caminho, ou nesse caso, escrever minha própria história, e sempre estiveram ao meu lado me ajudando a passar por quaisquer anseios, vírgulas, medos, interrogações, revoltas e pontos que pareciam ser finais.

Ao meu Vitor. Sem você meu bem, esse projeto não teria tomado o rumo que tomou. Obrigada por acreditar em todas as minhas propostas e temas malucos e por me dar todo o suporte para que se tornasse realidade, ainda que você não entendesse (e talvez até hoje não entenda) você nunca me questionou, nem quando eu mesma me questionava.

A minha vó Maria, pelas tardes de costura e domingos remexendo nos seus armários de tecidos, você fez todas as coleções de roupas dos meus sonhos de criança se tornarem realidade, vó. A minha irmã Cristal, porque eu não tive qualquer outra opção se não te ter como irmã e se não seguir os seus passos, não fiz jornalismo para ir contra sua vontade, nem para te copiar, mas pode ter certeza que saber que nós somos irmãs, de sangue, vida e curso me torna muito mais feliz do que você pode sequer conceber. A minha prima Isa, por atender todas as minhas ligações pós meia-noite e me lembrar da importância de uma risada sincera. A Zeca que me fez companhia em todas as escritas assim como a Rihanna, ainda que não em presença física. E as minhas sobrinhas, que me deram uma coisa que jamais recebi de outros, a vontade de fazer mais, fazer melhor.

Preciso agradecer em especial a Nicoli e ao João. Um dia me disseram que a educação e o conhecimento é a única coisa que não podem tirar de você, e vocês dois me fizeram crer nisso. Em meio a docentes que com certeza impulsionam os índices de evasão universitária, vocês me fizeram querer ficar, querer ler, querer pesquisar, e querer ser jornalista, uma jornalista com diploma e tudo. Paulo Freire estaria orgulhoso dos profissionais que vocês são.

Obrigada também ao Narra e companhia, por ter acendido uma paixão, muito antes apagada, pela pesquisa sem a necessidade de uma pressão externa, pesquisar pelo prazer de ser curioso e querer entender, querer ouvir. Aos meus amigos do curso. Ana Ju, Ana, Bebelá, Mafe, Maria, Macla, Sofia e Sol. Esse trabalho com certeza é de vocês também, já que se não fosse vocês eu não teria um grupo em todos os outros trabalhos que precisaram ser concluídos para que eu pudesse chegar até aqui. Aos Jornalistas e Maria, por serem minha grande família em Uberlândia. Aos meus amigos de Goiânia também, em principal, a Bia, pois você conhece o meu eu de antes, o meu eu desse trabalho e o meu eu de agora, e me amou de todas formas, em todas as fases. E a Duda Amorim, minha eterna amiga de apartamento, ainda bem que odiávamos cerveja juntas, sem o seu apoio, amizade e amor, eu não seria essa jornalista de hoje, muito menos essa Mell, começamos esse curso juntas e vou ter a honra de encerrá-lo ao seu lado. Amo todos vocês.

Agradeço também, a todas as mulheres que me acompanharam na construção desse tema e desse trabalho. A Steal The Look e a FFW pelas leituras que me motivaram a ver valor na moda como forma de comunicação ativa. Ao Georges Didi-Huberman e Etienne Samain por seus desenvolvimentos teóricos-metodológicos.

Por último, mas com certeza não menos importante, agradeço ao eu que perdi durante essa faculdade e reencontrei ao longo deste trabalho. Este trabalho é para nós, que, assim como as imagens que queimam e renascem, nos perdemos e reencontramos conforme as mudanças da vida.

No meu país, acham que a moda é frivolidade, futilidade.

Tento lhes dizer que moda é comunicação.

Zuzu Angel (1975).

RESUMO

Este trabalho analisa a construção da (re)significação da imagem da primeira-dama brasileira a partir das indumentárias de Rosângela Lula da Silva (Janja) e Michelle Bolsonaro, entendendo a moda como linguagem social e prática comunicativa capaz de produzir sentidos sobre gênero, poder e política. Parte-se do pressuposto de que o vestuário não apenas compõe a aparência pública, mas atua na formação de imaginários políticos e na consolidação de legitimidades simbólicas. A pesquisa abrange o período de 2019 a 2025, marcado por intensa polarização política no Brasil, contexto em que as performances visuais das primeiras-damas ganharam centralidade nas redes sociais digitais. A partir de uma abordagem qualitativa, fundamentada nos Estudos Culturais, investigam-se publicações nos perfis oficiais do Instagram de ambas, com ênfase em eventos de grande visibilidade, buscando compreender como se articulam narrativas visuais sobre feminilidade e poder. O procedimento metodológico baseia-se na elaboração de pranchas imagéticas inspiradas no *Atlas Mnemosyne*, de Aby Warburg, e em sua releitura por Georges Didi-Huberman, evidenciando sobrevivências simbólicas e diálogos entre temporalidades distintas. Os resultados apontam recorrências, tensões e deslocamentos nas escolhas estéticas de Janja e Michelle, compreendidas como estratégias que contribuem para a construção do imaginário sobre o lugar da mulher na esfera política. Conclui-se que a moda opera como componente estratégico da comunicação política contemporânea, configurando-se como arena de disputa simbólica e participando da reconfiguração da figura da primeira-dama no Brasil.

Palavras-chave: moda; política; gênero; primeiras-damas; comunicação visual.

ABSTRACT

This study analyzes the construction and (re)signification of the image of the Brazilian First Lady through the clothing choices of Rosângela Lula da Silva (Janja) and Michelle Bolsonaro, understanding fashion as a social language and communicative practice capable of producing meanings about gender, power, and politics. It is grounded in the assumption that clothing not only shapes public appearance but also actively contributes to the formation of political imaginaries and the consolidation of symbolic legitimacy. The research covers the period from 2019 to 2025, marked by intense political polarization in Brazil, a context in which the visual performances of First Ladies gained centrality on digital social media. Adopting a qualitative approach rooted in Cultural Studies, the study examines posts published on their official Instagram profiles, particularly those related to highly visible events, in order to understand how visual narratives about femininity and power are articulated. Methodologically, the study is based on the creation of image panels inspired by the *Atlas Mnemosyne* by Aby Warburg and its reinterpretation by Georges Didi-Huberman, highlighting symbolic survivals and dialogues across different temporalities. The findings reveal recurrences, tensions, and shifts in the aesthetic choices of Janja and Michelle, understood as strategies that contribute to shaping imaginaries about women's place in the political sphere. The study concludes that fashion operates as a strategic component of contemporary political communication, functioning as an arena of symbolic dispute and contributing to the reconfiguration of the figure of the First Lady in Brazil.

Keywords: fashion; politics; gender; first ladies; visual communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Janja com bordado <i>Tatreez</i>	22
Figura 2 - Michelle na posse de Bolsonaro em 2019	24
Figura 3 - Mudanças pós-eleitorais de Michelle	25
Figura 4 - Sarah Kubitschek entrega de presentes.....	27
Figura 5 - Janja com kufiya	28
Figura 6 - Prancha ‘A expressividade de tecidos’	30
Figura 7 - Pintura de Gustave Hastoy.....	39
Figura 8 - Maria Thereza Nova Primeira-dama.....	41
Figura 9 - Traje de Janja para a posse do presidente Lula em 2023.....	44
Figura 10 - Prancha ‘A revolução do sexo frágil’	45
Figura 11 - <i>Reels</i> Michelle Bolsonaro	53
Figura 12 - Comentários feitos a publicações de Janja no Instagram	54
Figura 13 - Prancha ‘A visualidade das redes sociais’	58
Figura 14 - Prancha ‘Imagens que queimam’	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 A LINGUAGEM DE PRIMEIRAS-DAMAS ENTRE TECIDOS.....	19
2.1 LEITURA DE CORPOS E TRAJES.....	20
2.2 CONEXÃO ENTRE ROUPAS E IDENTIDADE	23
2.3 NARRATIVAS CONSTRUÍDAS ATRAVÉS DE TECIDOS.....	30
3 GÊNERO, PODER E REPRESENTAÇÃO NA POLÍTICA.....	35
3.1 A MANIFESTAÇÃO POLÍTICA DO GÊNERO NA MODA.....	36
3.2 AS FERRAMENTAS DE PODER DO FEMININO	38
3.3 A MULHER DENTRO DA PRIMEIRA-DAMA.....	42
3.4 PRIMEIRA-DAMA: MULETA DE MASCULINIDADE ?	45
4 REDES SOCIAIS E DISPUTAS SIMBÓLICAS	50
4.1 USO DAS REDES SOCIAIS NO MEIO POLÍTICO.....	51
4.2 A RELAÇÃO ENTRE IMAGEM E POSTAGENS	56
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
REFERÊNCIAS.....	66
APÊNDICE A	71

1 INTRODUÇÃO

Cada peça de roupa transcende sua função utilitária para se tornar uma extensão do sujeito. Mais do que proteção ou ornamento, o vestuário constitui uma forma de linguagem social que materializa posições simbólicas e relações de poder, comunicando identidade, classe social, ideologia, gênero, crença e até posicionamento político. Como argumentam Monteiro (1997) e Paixão (2014), vestir-se é também uma forma de se posicionar diante do mundo, revelando simultaneamente a forma como o sujeito deseja ser visto e como enxerga a si mesmo. Desse modo, o corpo vestido não apenas reflete subjetividades, mas participa ativamente da sua construção e inscrição no campo social.

Essa dimensão simbólica e comunicacional da moda é explorada também por Barthes (2009), que compreende a indumentária como uma linguagem não verbal formada por um sistema de signos altamente expressivos. Para o autor, a roupa não é apenas um objeto material, mas um dispositivo semiótico capaz de produzir sentidos, operar distinções e estruturar formas de reconhecimento social. Assim, o vestuário integra sistemas culturais mais amplos, participando da produção e circulação de significados.

Em contextos de apelo político, campanhas eleitorais ou eventos oficiais, a escolha do vestuário, da aparência e da gestualidade adquire relevância estratégica, constituindo uma forma de comunicação política visual que pode, muitas vezes, operar com maior eficácia simbólica do que o discurso verbal. O corpo vestido torna-se um meio de disputa simbólica e projeta narrativas essenciais para a construção das figuras públicas na esfera política. Nesse sentido, a aparência não é um elemento acessório, mas parte constitutiva da performance política e da construção de legitimidade. É a partir dessa perspectiva que chegamos ao interesse desta pesquisa, que consiste em analisar de que maneira as indumentárias de Rosângela (Janja) Lula da Silva e Michelle Bolsonaro colaboram para a (re)significação da imagem tradicional da primeira-dama brasileira e para a construção de uma representatividade de gênero na política. Parte-se do pressuposto de que suas escolhas estéticas não são neutras, mas constituem práticas discursivas que produzem sentidos sobre feminilidade, poder e pertencimento político.

A escolha de investigar as performances de Janja e Michelle se justifica por serem mulheres que ocuparam o mesmo lugar simbólico (o de primeira-dama) em contextos políticos distintos e marcados por forte polarização. Essa comparação permite compreender como diferentes projetos políticos se materializam visualmente por meio do corpo feminino, evidenciando a dimensão estética como componente da disputa política. Dessa forma, suas

imagens públicas tornam-se espaços privilegiados para observar a articulação entre moda, gênero e poder.

A materialidade empírica da pesquisa consiste nos perfis oficiais das duas primeiras-damas na plataforma Instagram, compreendidos como dispositivos contemporâneos de visibilidade e construção de imagem pública. As redes sociais, nesse contexto, operam como arenas de mediação simbólica, nas quais a visualidade assume papel central na produção de narrativas políticas e identitárias. Nesses espaços, o vestuário e as performances comunicativas não aparecem como escolhas neutras, mas como representações que articulam gênero, poder e política.

Serão observados, em especial, as posses presidenciais e os momentos emblemáticos do período de mandato dos governos (2019 a 2025), como exemplo, viagens e eventos públicos em que essas performances se intensificam e adquirem maior relevância popular. Esses eventos constituem momentos privilegiados de alta visibilidade, nos quais a construção imagética é potencializada e cuidadosamente elaborada. A análise dessas postagens permite compreender de que maneira as mulheres mencionadas tensionam a imagem tradicional atribuída ao cargo que ocupam e contribuem para a construção de narrativas de gênero no cenário político brasileiro contemporâneo.

Assim, o estudo se propõe a contribuir com o campo da Comunicação e da análise midiática ao questionar como as indumentárias de Janja e Michelle colaboram para a (re)significação da imagem da primeira-dama brasileira e para a construção de uma representatividade de gênero na política. Para isso, buscamos: (i) fazer uma breve revisão bibliográfica da figura da primeira-dama no Brasil e suas aparições públicas, considerando as expectativas sociais hegemônicas de vestuário e gestual; (ii) compreender a relação entre moda e política a partir das primeiras-damas no país; e (iii) problematizar a relação entre gênero e poder, no que diz respeito às indumentárias das primeiras-damas e aos possíveis deslocamentos que suas performances promovem em seus perfis no Instagram.

No Brasil do século XVII a moda era amplamente influenciada pelas tendências europeias. Nesse período, o vestuário operava como um importante marcador de distinção social, evidenciando hierarquias em uma sociedade profundamente desigual, marcada pela escravidão e pela concentração de renda. Assim, as roupas evidenciavam desigualdades em um país onde a maioria da população era empobrecida ou escravizada. A chegada da família real e a subsequente abertura dos portos contribuíram para intensificar o contato com a Europa e impulsionar o surgimento de alfaiates e costureiras, sobretudo nas grandes cidades como o Rio de Janeiro (Braga, 2005).

A consolidação de uma estética de fato nacional só começou a se firmar a partir da década de 1950, com os primeiros desfiles nacionais. Esse movimento contribuiu para o desenvolvimento de uma moda que dialogava com elementos culturais brasileiros, rompendo parcialmente com a dependência estética europeia. Estilistas se destacaram ao incorporar símbolos do cotidiano brasileiro e tensionar os padrões da alta-costura, imprimindo identidade e expressão política ao vestuário. A escolha por esse recorte temático também se deu a partir de reflexões provocadas pela história **de Zuzu Angel**, que utilizou a moda como forma de resistência durante a Ditadura Civil-Militar no Brasil (Holanda, 1994). Sua trajetória mostra como em momentos de censura, a moda pode operar como linguagem, funcionando como meio de denúncia, memória e resistência política, o que nos levou a pensar nas roupas não apenas como estilo, o que foi decisivo para que este trabalho chegasse à seguinte definição: a interface entre moda, gênero e política.

O interesse pela moda surgiu ao longo da graduação em Jornalismo e do contato com formas de comunicação não tradicionais. Esse percurso formativo permitiu compreender a moda para além de sua dimensão estética, reconhecendo-a como prática comunicacional relevante. Muitas vezes marginalizada no campo acadêmico, a moda se destacou pela sua potência simbólica e comunicacional, já que não há como negar sua capacidade de compartilhar posicionamentos, bem como transmitir mensagens e informações. Por isso, me aprofundei nas pesquisas sobre como a moda pode operar como linguagem e materializar posicionamentos.

A aproximação com o feminismo e com questões identitárias também contribuiu para esse processo de investigação, pois me fez perceber como elementos do cotidiano, como as roupas, podem dizer muito sobre sujeitos, contextos e escolhas políticas. O meio político, além de possuir diversos atuentes jornalistas, têm relevância contemporânea devido ao contexto polarizado em que estamos inseridos no Brasil. Esse cenário de polarização intensifica a produção de imagens políticas e reforça a importância da análise das estratégias visuais. Além disso, a percepção da criação tardia de uma nomenclatura para o reconhecimento da mulher parceira do presidente, também contribuiu para o afunilamento do trabalho. O termo “primeira-dama” aparece pela primeira vez nos Estados Unidos em 1860, mas só entra em voga por volta de 1885 com o governo de Grover Cleveland e sua companheira, Frances Folsom. No Brasil, durante a Primeira República surge o primeiro homem denominado presidente da República, ainda assim, sua esposa, Mariana da Fonseca, não fora chamada de primeira-dama. Apenas a partir da atuação de Darcy Vargas, no governo era Vargas, que essa denominação ganha força no cenário brasileiro. Diante da perspectiva heteronormativa da época não se desenvolve uma nomeação para os maridos de possíveis presidentes mulheres, ou seja, não havia um termo

masculino para “primeira dama” já que se parte da prerrogativa social machista de que não haveriam mulheres presidentes, pois mulheres não eram permitidas de ocupar tais cargos trabalhistas. A criação de um termo próprio para esses homens não acompanha o desenvolvimento do Brasil relativo a gênero visto que, mesmo com as mudanças, ainda na data de publicação deste trabalho, não havia no dicionário um termo para se referir a maridos de presidentes mulheres, mesmo após a eleição e mandato de uma presidente brasileira. (Guedes; Melo, 2019).

Durante as pesquisas, identificamos poucos trabalhos que analisam comparativamente Janja e Michelle sob essa perspectiva. Esse levantamento evidencia uma lacuna acadêmica relevante, reforçando a pertinência e originalidade desta investigação. Em geral, esses estudos tratam sobre outras primeiras-damas e estão situados nas áreas de sociologia, história e relações internacionais, o que reforça a originalidade e relevância desta pesquisa. Assim, a importância desta pesquisa está em entender como figuras públicas, no caso, primeiras-damas, utilizam a moda como ferramenta de expressão, contribuindo para a ressignificação de suas imagens políticas. A partir dessa análise, torna-se possível compreender como a visualidade participa da construção de narrativas políticas contemporâneas, refletindo sobre identidade, gênero e poder, temas centrais para compreender as transformações sociais recentes.

A revisão bibliográfica foi realizada em bases acadêmicas, como a Hemeroteca UFU, onde encontramos os seguintes trabalhos utilizados como estudos semelhantes: os Trabalhos de Conclusão de Cursos: “Historicizando a moda: a potencialidade da indumentária preta como fonte histórica nas pranchas de Carlos Julião” (Marques, 2025), no qual se discute como os trajes analisados podem ser mobilizados como fontes históricas capazes de evidenciar estruturas sociais, relações de poder e processos de construção identitária no Brasil colonial, destacando o potencial da moda como fonte para a análise social e cultural do passado; o trabalho “Zuzu Angel: dor, história e ícone” (Oliveira S., 2023), que se desenvolve em torno de compreender de que maneira as representações da **Coleção Protesto de Zuzu Angel** contribuem para a construção de narrativas contínuas, ou seja, narrativas simbólicas que permanecem ativas no imaginário social mesmo décadas após sua criação, reafirmando o caráter político da moda; e o “Moda enquanto discurso: vestimenta e gênero na construção do corpo político” (Freitas G., 2021), que busca compreender a vestimenta como perpetuação das relações de poder que são responsáveis pela produção dos sujeitos, do gênero e da política.

Logo, a relevância desta pesquisa se dá por sua contribuição aos estudos de comunicação, moda e política, com um olhar voltado para o gênero. Nesse sentido, este trabalho busca ampliar o campo de investigação ao articular essas três dimensões de forma integrada,

compreendendo o vestuário como elemento constitutivo da comunicação política contemporânea. Embora existam trabalhos que discutam moda e poder, percebo uma ausência de estudos que relacionem diretamente primeiras-damas brasileiras com a construção de imagem por meio da indumentária na área da comunicação.

Além da questão da imagem política, a moda utilizada como instrumento simbólico de diplomacia e poder se faz necessária diante das intercorrências políticas atuais no país, em que se torna quase intangível discutir assuntos governamentais em público ou expor qualquer visão sem ser direcionado pela mídia ou pelos próprios cidadãos a um dos polos. Nesse contexto, a comunicação visual emerge como um campo estratégico, no qual as roupas operam como mediadoras de posicionamentos e pertencimentos políticos, muitas vezes de forma implícita.

Ao trazer esse debate para o campo da Comunicação, acredita-se contribuir para ampliar a compreensão da moda como linguagem simbólica, que participa ativamente da construção de narrativas políticas. Dessa forma, a moda deixa de ser compreendida como elemento superficial e passa a ser reconhecida como parte integrante das dinâmicas de poder e representação. Pesquisas como esta são importantes para refletirmos sobre como a imagem pública é construída, especialmente quando se trata de figuras femininas em espaços de poder.

Creio que o diferencial deste trabalho está em propor uma análise que conecta moda, política e gênero, olhando para a construção visual de duas figuras públicas da atualidade. Essa proposta permite compreender como a visualidade atua na mediação entre sujeitos e estruturas políticas, evidenciando a dimensão estética como componente da disputa simbólica contemporânea, sendo importante para fomentar debates sobre comunicação, gênero e representatividade no cenário brasileiro.

A pesquisa adota uma perspectiva qualitativa, ancorada nos Estudos Culturais, que entendem a moda e as redes sociais como práticas discursivas e arenas de disputa simbólica. De acordo com Hall (2006), teórico da comunicação, a cultura não é algo estático, mas um processo em constante transformação, sendo produzida e reproduzida por meio de práticas sociais e representacionais. Por isso, essa perspectiva contribui para o entendimento das mensagens, da construção de identidades e de seu contexto político-social.

A partir dessa base, utiliza-se a análise reflexiva como ferramenta. Isso significa que partimos do pressuposto de que as roupas, os gestos e as interações não são neutros, mas representações culturais, sociais e políticas. Assim, esses elementos são compreendidos como narrativas que produzem sentidos e participam da construção de identidades, assumindo um caráter descritivo-interpretativo, uma vez que a pesquisa não se interessa em medir, mas em interpretar as narrativas simbólicas expostas por meio do vestuário. “Algumas pesquisas

descritivas vão além da simples identificação da existência de relações entre variáveis, pretendendo determinar a natureza dessa relação. Neste caso, tem-se uma pesquisa descritiva que se aproxima da explicativa” (Gil, 2017, p. 28).

Além disso, realiza-se a análise do objeto de estudo por meio da coleta e do levantamento de dados, aprofundando-se na temática. Esse procedimento permite identificar padrões, recorrências e deslocamentos simbólicos presentes nas imagens analisadas.

Quanto ao procedimento analítico, utilizam-se pranchas de imagem à luz da teoria de Didi-Huberman (2018), inspirada em referências como o *Atlas Mnemosyne* e em outras pranchas de imagens produzidas em diferentes contextos culturais, que visam evocar e conectar aspectos das imagens para compreender os significados e as relações latentes entre elas. Esse método possibilita analisar as imagens de forma relacional, evidenciando tensões, (des)continuidades e ressignificações.

A abordagem foi desenvolvida inicialmente por Aby Warburg, que escreveu sobre o *Atlas Mnemosyne* de 1866 a 1929, sem, entretanto, publicá-lo de fato, e posteriormente retomada por Didi-Huberman (2018). Warburg concebeu o *Atlas* como um dispositivo epistemológico voltado à compreensão da sobrevivência das imagens ao longo do tempo, refletindo a respeito da metamorfose de formas e gestos na cultura ocidental. Para isso, elaborou grandes painéis de tecido nos quais reunia imagens provenientes de diferentes tempos e contextos. A disposição tinha como finalidade evidenciar continuidades, tensões e reaparições, permitindo que as imagens se tornassem produtoras de conhecimento.

A direção que tomaremos se situa na maneira como Aby Warburg e seu mais notável exegeta atual, Georges Didi-Huberman, entreveem a imagem: uma vivência, melhor, uma sobrevivência e, mais: uma supervivência que atravessa o tempo (histórico) e que se nutre de um tempo - passional, pulsional, patético, isto é, humano - anacrônico (Samain, 2018, p. 33).

Didi-Huberman (2018) retoma esse procedimento como um verdadeiro método de pensamento visual, propondo as imagens como capazes de ampliar o campo analítico ao tensionar e deslocar linearidades. Nessa perspectiva, deixam de ser compreendidas como registros estáticos para serem entendidas como agentes ativos na produção de conhecimento. A montagem das pranchas, entendidas como conjuntos articulados de imagens, fundamenta-se na percepção visual como ferramenta de investigação e elaboração crítica. Para o autor, o *Atlas Mnemosyne* configura-se como um dispositivo dinâmico no qual cada prancha permanece aberta a novas leituras e rearranjos. A chave metodológica reside precisamente na montagem,

que possibilita estabelecer vínculos inesperados entre imagens de diferentes origens, evidenciando sobrevivências e ressonâncias que escapam à lógica cronológica tradicional.

O método valoriza o anacronismo produtivo, isto é, a capacidade de cada imagem de condensar memórias e múltiplas temporalidades que se atualizam no presente da leitura. Tal perspectiva permite compreender as imagens das primeiras-damas não apenas como registros do tempo presente, mas como integrantes de uma rede histórica mais ampla de representações femininas associadas ao poder. A partir desse viés, as materialidades escolhidas são analisadas não como produções isoladas, derivadas entre si ou absolutamente opostas, mas como representações que, ainda que mobilizem abordagens imagéticas, narrativas e culturais distintas, contribuem, cada qual à sua maneira, para a construção de um imaginário em torno da figura da primeira-dama.

Ao adotar essa metodologia, cria-se um espaço em que as imagens entram em diálogo, revelando camadas de sentido que dificilmente emergiriam de forma isolada. A análise, portanto, privilegia as relações, tensões e deslocamentos simbólicos que surgem da justaposição visual. A prancha opera como uma plataforma crítica de problematização, tornando visível a pluralidade de tempos inscritos em cada figura política e evidenciando como essas temporalidades sobrevivem, se transformam e se reconfiguram. Desse modo, torna-se possível visualizar como diferentes discursos e temporalidades se entrecruzam na construção da imagem política.

A prancha é um retrato do próprio dinamismo presente nessa expressão cultural, são vestígios que demarcam a força do contemporâneo, ao mesmo tempo que as distâncias temporais entre algumas imagens apresentadas vão reforçado processos e trazendo as marcas da cultura pop, atravessando o urbano, territorialidades, formatos institucionalizados, mas também se desdobra em experimentações atemporais (Nunes; Schneider; Campos e Maia, 2025, p. 36).

A moda se vale da repetição, seja simbólica, seja literal, de tecidos, vestimentas e acessórios que potencializam a expressividade de figuras inseridas em diferentes campos e temporalidades. Em razão de seu potencial visual e de sua capacidade de articular tempos distintos, a metodologia das pranchas mostra-se pertinente ao desenvolvimento desta pesquisa, oferecendo ao leitor uma perspectiva imagética já consagrada no universo da moda, especialmente no que se refere à apresentação de coleções e desfiles. Além disso, ao eleger as primeiras-damas, neste caso Janja e Michelle, como objetos de estudo e ao tratar diretamente da questão de gênero na política contemporânea, o trabalho aproxima-se de um princípio

também evidenciado nas pranchas de Didi-Huberman: a articulação entre imagens como forma de suscitar uma análise reflexiva e evocar múltiplas temporalidades.

Por fim, este trabalho está organizado em quatro capítulos. O primeiro corresponde a esta introdução, dedicada a apresentar uma breve historiografia da moda, explicitar a metodologia adotada e evidenciar a relevância da pesquisa no campo acadêmico. O segundo, intitulado “A Linguagem de Primeiras-Damas entre Tecidos”, aborda a moda como linguagem social, dialogando com autores como Debom (2018), Eco (1982) e Lipovetsky (2009), e discute a moda como forma de comunicação carregada de sentidos que expressam identidades, relações sociais e representações históricas. O terceiro capítulo, “Gênero, Poder e Representação na Política”, analisa a moda como instrumento de regulação de gênero e reflete sobre a posição das primeiras-damas e as disputas de poder no campo político, sobretudo por meio das performances de vestuário, além de discutir a bibliografia sobre primeiras-damas e a evolução desse papel no Brasil.

O quarto capítulo, “Redes Sociais e Disputas Simbólicas”, propõe uma análise midiática das redes sociais, com enfoque nos perfis de Janja e Michelle, examinando a imagem como linguagem política visual e as roupas destacadas nas publicações como mensagens simbólicas. Nas considerações finais, retomam-se as principais ideias desenvolvidas ao longo do trabalho e propõe-se uma reflexão voltada a pesquisas futuras que articulem moda, política e gênero. Busca-se, assim, oferecer uma contribuição crítica para a compreensão das relações entre visualidade, gênero e poder no contexto político brasileiro contemporâneo.

2 A LINGUAGEM DE PRIMEIRAS-DAMAS ENTRE TECIDOS

Desde a segunda metade do século XIV, as indumentárias e acessórios estavam intrínsecos às tradições sociais. Nesse período, o vestuário não operava como expressão individual, mas como um marcador rígido de pertencimento social, estando o próprio conceito de moda interligado ao costume de estar de acordo com o grupo social a que se pertencia. Assim, não era socialmente permitido alterar tecidos, cores ou ornamentos que identificavam determinada classe, pois tais elementos funcionavam como dispositivos de manutenção das hierarquias sociais. Ainda não se pensava, porém, na moda como área de estudo e instrumento de comunicação capaz de interferir e transmitir as crises da sociedade e suas variações (Calanca, 2008; Gilles Lipovetsky, 2009).

Recolocar a roupa (e a moda) no centro de uma interrogação discursiva significa, então, extraí-las da banalidade em que geralmente são submetidas e considerá-las ao mesmo tempo produtora e também produto de um processo que se dá entre atualizações e esquecimentos, distanciamentos e aproximações, história e linguagem (Paixão; Sousa, 2014, p. 368).

A moda passa a ser analisada realmente como forma comunicativa apenas após a transição do período medieval para o moderno. A partir do século XIX, o individualismo e a afirmativa do homem que expressa sua autonomia e desejos pessoais, principalmente por meio de suas vestimentas, se torna o cerne da sociedade (Debom, 2018). Nesse contexto, o vestuário deixa de ser exclusivamente uma imposição social e passa a operar como ferramenta de expressão individual, acompanhando as transformações políticas, econômicas e culturais da modernidade.

A moda, enquanto sistema simbólico, estrutura-se de maneira semelhante à linguagem verbal, organizando códigos que podem ser interpretados socialmente. Acompanha a linguagem não verbal, complementa e, por vezes, substitui a linguagem verbal, ao transmitir emoções e posicionamentos. Não se limita à fala, mas engloba o corpo e tudo aquilo que é utilizado, seja para cobri-lo ou mostrá-lo. Desse modo, o corpo vestido torna-se suporte de significação cultural e política.

2.1 LEITURA DE CORPOS E TRAJES

O corpo, mesmo quando desprovido de vestimentas, carrega significados perpetuados pelo contexto social em que se insere, estando “vestido” pelas camadas de ideais sociais, sejam eles relativos a gênero, política ou cultura. Dessa forma, o corpo nunca é neutro, pois encontra-se constantemente atravessado por narrativas e normas sociais. De acordo com Carvalho e Garcia (2022), não existe algo que possa ser denominado corpo completamente “nu”, uma vez que, ainda que todas as roupas sejam removidas, não se revela um corpo “natural”, mas um corpo socialmente moldado, inclusive pelas dinâmicas da moda.

A construção da aparência envolve conceitos e práticas culturais corporificados, não somente por meio dos significados intrínsecos condicionados pelos dispositivos sociais, mas também por uma série de elementos com formas, cores e texturas, tais como as roupas e demais acessórios de moda que colaboram para a materialização de subjetividades, sejam elas para o romper dos limites identitários ou mesmo para corroborar com o conjunto (Carvalho; Garcia, 2022, p. 57).

Dessa forma, a aparência constitui uma interface entre o sujeito e o mundo social. Desde a formação escolar, compreende-se que a leitura não se restringe às palavras e às suas combinações frasais, mas abrange também imagens, gestos e expressões. Como defende Freire (2022), o sujeito começa a “ler” o ambiente, as expressões e os gestos antes mesmo de conhecer o alfabeto. Assim, ao conhecer alguém, realiza-se não apenas a leitura do que essa pessoa diz verbalmente, mas também de como se comporta e, conseqüentemente, do que escolhe vestir e portar como acessórios.

Mesmo quando a escolha dos trajes ocorre de maneira aparentemente inconsciente ou não intencional, ela não se dissocia das estruturas simbólicas que atravessam o sujeito. A mente opera a partir de repertórios internalizados nas interações sociais, assimilando normas, valores e referências que nem sempre são plenamente reconhecidos no plano consciente, mas que se manifestam nas formas de apresentação de si. Nesse sentido, a moda atua como um dispositivo de exteriorização dessas inscrições sociais, possibilitando que o sujeito expresse, por meio do vestuário, dimensões que, muitas vezes, não encontram espaço de enunciação direta em outros contextos.

Vestir-se, portanto, configura-se como um ato comunicativo estruturado em uma dinâmica que envolve emissor, receptor e mensagem, ainda que esta não seja totalmente deliberada. Nesse processo, o corpo vestido torna-se simultaneamente meio e mensagem,

suporte material e instância emissora, articulando visualmente experiências, pertencimentos e posicionamentos que situam o sujeito em determinada rede de significados sociais. Como afirma Drumond (2019, p. 93), “o ato de vestir é cuidadosamente codificado e ninguém se veste impunemente. Há que se considerar que a escolha de uma composição indumentária é essencialmente intencional e destinada a uma leitura pública”.

O vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade [...] Sendo uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero - útil, portanto, para manter ou subverter fronteiras simbólicas -, o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, vêem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status (Crane, 2006, p. 21).

A moda, ao mesmo tempo que age como restrição, também se põe como libertação do sujeito. Se no século XIV, ela era um aparato de hierarquização e poderio, diferenciando os nobres e plebeus, por meio de tecidos, colorações e materiais; hoje, ela também é vista como ferramenta de distinção social seja pelos vieses da antiguidade ou novas marcas e produções. Nela, se encontra possibilidade de ascensão na sociedade, ou até expressividade contra a forma como os cidadãos se ordenam e são inseridos dentro dessas classes por meio de uma qualificação baseada nos perfis e status dos sujeitos.

As roupas, como artefatos, "criam" comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes. Por um lado, os estilos de roupa podem ser uma camisa-de-força, restringindo (literalmente) os movimentos e gestos do indivíduo, como foi o caso do vestuário feminino durante a era vitoriana (Crane, 2006, p. 22).

Por reunir em seu campo de manifestação elementos como vestimentas, acessórios, gestualidades e códigos estéticos, a moda configura-se não apenas como um artefato cultural, mas também como uma importante ferramenta de análise da sociedade. Sua materialidade torna visíveis estruturas simbólicas próprias de cada tempo histórico, permitindo compreender valores, hierarquias e formas de organização social. Além disso, sua conexão com outras esferas, como a comunicação, as dinâmicas econômicas e as construções sociais de gênero, a consolida como um campo privilegiado de observação das transformações históricas. Por meio da moda, é possível identificar tanto as condições materiais de um período, como seus níveis de produção, consumo e distinção social, quanto os modos pelos quais os corpos são regulados,

representados e significados, principalmente os corpos femininos pela ideia previamente concebida de propriedade alheia, evidenciando os processos de constituição das identidades e das diferenças ao longo do tempo.

Não é possível estudar uma arte, tão comprometida pelas injunções sociais como é a moda, focalizando-a apenas nos seus elementos estéticos. Para que a possamos compreender em toda sua riqueza, devemos inseri-la no seu momento e no seu tempo, tentando descobrir as ligações ocultas que mantém com a sociedade (Souza, 1987, p. 50-51).

Como linguagem, a moda se faz essencial para análise da interação social, a construção do conhecimento e a manifestação da cultura. Na Abertura da Assembleia Geral da ONU de 2025, a primeira-dama Janja usou um tradicional bordado *Tatreez*, com pontos coloridos que contam a história de luta e resistência de povos que sofrem ataques desde o início dos conflitos na Faixa de Gaza. A escolha desse elemento não pode ser compreendida como meramente estética, mas como um gesto político que inscreve o corpo da primeira-dama em uma narrativa internacional de solidariedade (Amoêdo; Haubert, 2025).

Figura 1 - Janja com bordado *Tatreez*



Fonte: Instagram @janjalula, (2025).¹

¹ Disponível em: [Instagram.com/janjalula](https://www.instagram.com/janjalula). Acesso em: 20 de dezembro de 2025

Um traje que demonstra com clareza a posição do atual governo brasileiro diante dos conflitos entre Israel e Palestina. E mais que isso até: uma primeira-dama sem receio de defender seus ideais diante dos representantes de outros governos e de expô-los em rede social. Como escrito pela mesma em seu perfil no Instagram: “Trago as mulheres palestinas junto a mim na Abertura da Assembleia Geral da ONU. Me visto com o tradicional bordado *Tatreez*, feito por mãos majoritariamente femininas [...]” (Janja, 2025). A escolha intencional e a exposição deliberada e previamente resolvida em um evento de cunho internacional. Uma roupa que, assim como citada por Carvalho e Garcia (2022) e Drumond (2019), foi vestida para transmitir uma mensagem que condiz com a narrativa de Janja, centrada em valorização cultural e suporte social a Palestina em seu confronto contra Israel.

2.2 CONEXÃO ENTRE ROUPAS E IDENTIDADE

A escolha de uma vestimenta reflete diretamente a identidade da pessoa que a porta, o grupo ao qual ela pertence, a sua localização e princípios sociais. Se redefine questões relacionadas às subjetividades do sujeito que utiliza a peça de roupa e insere nela sua própria percepção de identidade e realidade conferida pelo pertencimento ou isolamento mediante a grupos sociais. Assim, no contexto da moda, nada é por acaso, imprimi-se uma produção de sentido até nos detalhes, para que se tenha uma clara tradução da intencionalidade do autor (Oliveira S., 2007).

As roupas são vistas como um amplo conjunto de significados, passíveis de serem manipulados, influenciados ou reconstruídos de forma a destacar o senso pessoal. Como pontua Eco: “A linguagem do vestuário, como a linguagem verbal, ajuda-nos [...] a identificar posições ideológicas, segundo significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para o transmitir” (Eco, 1982, p. 17).

A ex-primeira-dama Michelle, por exemplo, sobe no planalto, em 2019, para a entrega da faixa presidencial ao ex-presidente Jair Bolsonaro com um vestido zibeline de seda rosa, de Marie Lafayette (designer brasileira, que já havia produzido outras peças para a então primeira-dama) ombro a ombro de cor neutra e suave, abaixo do joelho, e com a silhueta marcada. Em um momento de relevância nacional, uma indumentária deixa de ser uma mera peça de tecido e passa a representar a identidade da primeira-dama, do governo e da própria representação da mulher brasileira na sociedade. Nesse contexto, sua imagem pública foi cuidadosamente construída por meio de códigos visuais alinhados ao ideal tradicional de feminilidade diante de

uma perspectiva conservadora de mulher como um ser branco, de cabelo longo, que use peças associadas a delicadeza e graciosidade.

Figura 2 - Michelle na posse de Bolsonaro em 2019



Fonte: Xinhua, (2019).²

Todos esses elementos quando colocados juntos entregam à nação brasileira uma verdadeira *Barbie*³. Uma “beldade de mulher”, segundo os padrões sociais vigentes. Essa construção estética engendra uma narrativa política específica sobre o papel feminino. A silhueta ressaltada evidencia as curvas de um corpo esbelto; o vestido abaixo do joelho remete à imagem de uma dama recatada e casta. Os cabelos loiros, parcialmente presos, sugerem simultaneamente força e sensualidade na mulher que caminha pelo Planalto. Soma-se a isso a própria escolha do vestido, peça que dialoga com protocolos historicamente associados à figura da primeira-dama. A cor também comunica: o rosa, culturalmente vinculado à feminilidade, reforça essa associação simbólica.

Já no contexto eleitoral, a partir de 2022, Michelle passa a adotar um corte de cabelo curto, gesto que tensiona a antiga imagem doce e delicada e projeta maior sobriedade no campo

² Disponível em: [Portal Uol](https://portal.uol.com.br). Acesso em: 10 de dezembro de 2025.

³ Barbie faz referência a boneca criada pela empresa estadunidense de brinquedos *Mattel, Inc.* e lançada em 1959.

político. Embora mantenha, na maior parte de suas aparições públicas, a preferência por cores neutras, amplia as variações ao incorporar ternos femininos, camisas sociais e modelos com gola polo, deixando em segundo plano a recorrência dos vestidos.

A própria noção de ternos femininos inexistia até a década de 1920, uma vez que o terno esteve historicamente arraigado ao gênero masculino, concebido como vestimenta destinada a expressar poder e virilidade. No Brasil, até 1997, era proibida a entrada de mulheres trajando calças nas dependências do Senado Federal; além disso, até 1979, não havia sequer banheiro feminino no Plenário. Esse dado evidencia como o controle sobre o vestuário feminino sempre esteve articulado ao controle da presença da mulher no espaço político (Agência Senado, 2017).

Figura 3 - Mudanças pós-eleitorais de Michelle



Fonte: @michellebolsonaro, (2024).⁴

Ainda que a roupa branca transmita pureza, o uso do terno impõe força e poder que se complementam pelo uso do salto, um adereço conectado à feminilidade e à sensualidade, que fica em destaque na imagem como o único ponto de cor. Também se considera que, durante o século XIV a exposição do colo do pé em si, já trazia um erotismo, de modo que a mulher “de família”, que buscava se casar e, em geral, ser respeitada pela sociedade, não se permitia sair de casa com os pés a mostra. Ou seja, Michelle usa o terno para se reafirmar como política,

⁴ Disponível em: [Instagram.com/michellebolsonaro](https://www.instagram.com/michellebolsonaro). Acesso em: 8 de novembro de 2025.

deixando de lado a posição de acompanhamento que exercia enquanto primeira-dama, ela passa, de fato, a assumir um espaço de certa equivalência. O corpo, por sua vez, ainda permanece todo coberto, trazendo uma visualização de uma mulher moderna, mas que ainda se atém a projeção “de valor” mediante ao simbolismo feminino ancorado na sociedade patriarcal.

Com base em Simmel (1988), pode-se afirmar que a moda é capaz de demonstrar necessidades sociais e psicológicas, constituindo-se como um instrumento que aproxima e distancia os sujeitos. “Se, de um lado, a moda oferece ao indivíduo um esquema que demonstra uma submissão ao comum, uma docilidade às normas de sua época, por outro, é uma das muitas formas que auxiliam os indivíduos a salvar sua intimidade e identidade ante os semelhantes”. Ou seja, a moda configura-se como uma das estratégias por meio das quais indivíduos e grupos se mantêm coesos ou se dissociam, a partir da transmissão, da comunhão ou da diferenciação de sentidos. Assim, a moda opera, simultaneamente, como mecanismo de pertencimento e de diferenciação social.

Ao conceber a moda como um fenômeno que não pode ser tratado como universal, mas sempre dependente da cultura e dos ideais de uma época, Gilda tinha como propósito acompanhar pelo vestuário as mudanças introduzidas pelo advento da burguesia e do industrialismo no século XIX, mostrando a composição do estilo definido pelos modos de ser e de pensar que emergiram no período (Simili, 2008, p. 445).

Nesse contexto político, as roupas das primeiras-damas constituem ferramentas de manutenção das hierarquias sociais e de gênero, que em certo ponto quebram e em outros reforçam o papel simbólico da mulher como figura acessória ao poder masculino. Como já observava Barthes (2009), a construção identitária nunca é neutra, pois traduz uma intenção comunicativa e carrega significados socialmente compartilhados. Assim, cada peça expressa uma linguagem visual que comunica o lugar que esse sujeito não institucionalizado ocupa em cada governo. Cada escolha estética torna-se, portanto, uma prática comunicativa.

Essa dimensão simbólica torna-se ainda mais evidente no contexto contemporâneo, no qual a quebra de protocolos e o uso de vestimentas não convencionais por parte da atual primeira-dama (Janja) geram repercussão imediata, refletindo a força simbólica da moda enquanto linguagem narrativa.

Trata-se de um frenesi que já se manifestava em primeiras-damas anteriores. Em 1958, por exemplo, quando Sarah Kubitschek distribuía presentes e outras doações no costumeiro evento de Natal realizado pelo governo, vestia uma blusa de malha, acompanhada de um colar de pérolas, e mantinha o cabelo bem penteado e modelado. As calças e blusa de malha aqui não

são neutras, são uma forma de trazer aproximação com o público que ela estava em contato, posicioná-la como uma mulher comum, como qualquer outra brasileira, ainda assim, o colar de pérolas abre um espaço entre ela e as pessoas, espaço esse demarcado intencionalmente para firmá-la em seu papel de primeira-dama, interligada ao presidente, o cargo mais alto no escalão democrático. Questões imprescindíveis, visto que nesse período a atuação política das primeiras-damas estava condicionada a participação em eventos ou instituições voltadas para ações assistenciais ponto que colabora, em conjunto a moda, na formação de um ideal representativo do papel da primeira-dama no Brasil.

O casal (presidencial) aparece entregando embrulhos a um homem, negro, e vestido de modo bastante simples. Destaca-se que mesmo a circunstancial simplicidade do vestuário da primeira-dama contrastava com a vestimenta do povo. Ao passo que forma uma barreira de diferenciação, também funcionaria como um estímulo do desejo de imitação nas camadas pobres. A moda se faz presente (Silva, 2022, p. 66).

Figura 4 - Sarah Kubitschek entrega de presentes



Fonte: Acervo do Arquivo Nacional, (1958).⁵

⁵ Disponível em: [Research Gate](#). Acesso em: 13 de janeiro de 2026.

Janja, ao longo da campanha eleitoral, da posse de 2023 e do próprio período do atual mandato (2025), carrega consigo uma forte presença narrativa por meio de sua figura como primeira-dama. Com um estilo que transita entre o tradicional e o popular, incorpora elementos de diversidade cultural, mensagens de inclusão, apoio a campanhas e até propostas governamentais. Sua imagem constrói uma narrativa de aproximação com o povo e de engajamento político ativo. Quando utiliza roupas de estilistas brasileiros, peças artesanais ou acessórios com referências simbólicas, ela performa sua identidade de mulher política e engajada, que se posiciona, principalmente, por meio das roupas que escolhe utilizar.

Antes mesmo de seu posicionamento na Assembleia Geral da ONU, no 17º Encontro Nacional do PT, Janja já havia usado uma kufiya, lenço tradicional árabe que se tornou símbolo da resistência palestina.

Figura 5 - Janja com kufiya



Fonte: @janjalula, (2025).⁶

Da mesma maneira, quando opta por roupas comuns, torna-se uma mulher como qualquer outra, trazendo um reflexo identitário para as cidadãs brasileiras. Reflexo esse que

⁶ Disponível em: [Instagram.com/janjalula](https://www.instagram.com/janjalula). Acesso em: 2 de novembro de 2025.

tanto agrada, quanto causa desgosto, provocando os mais antagônicos comentários sobre a escolha de seus trajes, em seus perfis nas redes (Janja [...], 2025).

Em contraste, Michelle, durante o governo anterior, construiu uma estética pautada no classicismo e na sobriedade. O uso recorrente do branco e rosas são a tradução de uma feminilidade, conforme estereótipo, que reforçaram a imagem de mulher devota e conservadora, alinhada ao discurso moral e eleitoral do então presidente Bolsonaro.

A moda, nesse contexto, é ao mesmo tempo performance e narrativa, traduzindo ideologias, identidades e moldando percepções. Como observa Souza (1987), compreender a moda é compreender a sociedade, suas hierarquias, desejos e transformações. Assim, um estudo centrado em primeiras-damas brasileiras, revela não apenas a história da indumentária, mas também a história de mulheres em espaços de poder político, suas representações e resistências.

O orador tem a capacidade de se adaptar a seu auditório, de fazer uma imagem dele e, correlativamente, de construir uma imagem confiável/favorável de sua própria pessoa, em função das crenças e valores que ele atribui àqueles que o ouvem/veem. Tal estratégia é claramente adotada na construção de composições vestimentárias, em que o discurso das roupas é fabricado e adequado levando-se em conta os padrões socioculturais vigentes (Drumond, 2019, p. 94).

Os modistas se comunicam por meio de visualidades, sejam elas as indumentárias, as fotografias, os ensaios de provas, as exposições ou os desfiles. A percepção visual dos observadores é aquilo que torna a moda não apenas uma arte como também uma linguagem. Ao alinharmos códigos indumentários em um conjunto imagético é possível fazer uma interpretação de seus significados como linguagem comunicativa. As imagens, quando sobrepostas, são capazes de oferecer caminhos para a compreensão de diferentes fatores socioculturais, e, assim, de apontar para os fenômenos que motivaram a escolha da captura daquele momento.

É nesse ponto que a visualidade da moda ultrapassa a dimensão estética e passa a operar como procedimento metodológico de análise. Se as imagens de moda constituem sistemas de significação capazes de condensar valores sociais, políticos e culturais, sua organização em conjuntos permite evidenciar relações que não se manifestam de forma isolada. Ao serem colocadas em diálogo, essas imagens deixam de funcionar apenas como registros de aparência e passam a atuar como dispositivos interpretativos, revelando continuidades, rupturas e disputas simbólicas inscritas nas escolhas indumentárias. É justamente essa potencialidade relacional da imagem que fundamenta o uso das pranchas como ferramenta analítica, conforme proposto por

O próprio conceito [de pranchas de imagem] já nasce com essa provocação de pensar as figuras de historicidade enquanto imagens conceituais capazes, simultaneamente, de fazer ver diferentes problemas temporais nos fenômenos midiáticos (uma dimensão reflexiva) e sugerir caminhos e operadores para sua apreensão (uma dimensão operacional) (Nunes; Schneider; Campos e Maia, 2025, p. 24).

A Prancha ‘Expressividade dos tecidos’ busca evidenciar não somente a utilização das indumentárias como instrumento narrativo, ainda que em diferentes períodos temporais, como também a posição que esses corpos estão a ocupar na estrutura social convencional, sejam nas representações ou exposições midiáticas. Na sobreposição dessas imagens em um único conjunto se torna perceptível também a visualização das roupas como elemento de linguagem transitável entre esses corpos femininos tangenciados pela linha temporal em que são inseridos.

A força da imagem encontra-se na maneira como ela aparece duplamente como conhecimento e sintoma e, para percebê-los é necessário estar implicado em ver os anacronismos, os retornos, os incêndios, as cinzas como também aquela centelha de brasa que continua a arder (Nunes; Schneider; Campos; Maia, 2025, p. 26).

As imagens incluem fotografias das duas últimas primeiras-damas. Janja ao lado de Lula recebida pelo casal Emmanuel e Brigitte Macron no Palácio do Eliseu para o jantar oferecido pela visita governamental à França. Na ocasião, Janja optou por utilizar um conjunto de terno que quebra o protocolo de vestidos e ressalta a cor vermelha atrelada à imagem do Partido dos Trabalhadores (PT). Mesmo que a figura de Lula esteja se desassociando do maniqueísmo popular que implícito a cor vermelha, Janja, por não ocupar um cargo institucionalizado pode fazer não somente o uso da cor como a utilizá-la para lembrar ao público que o governo, ainda que busque essa equidade política, mantém suas bases no PT e nos ideais defendidos todos aqueles que agregam e defendem o partido. Já em relação a sua postura, a primeira-dama aparece de braços dados com Lula, gesto também incomum diante de aparições públicas em que o protocolo é manter o decoro e a etiqueta, a imagem, porém passa um ar de união entre o casal que reflete na união na estabilidade do governo brasileiro.

Enquanto isso, Michelle após sair da posição de primeira-dama, conquista ainda mais espaço no universo político, ela conquista, na verdade, o seu próprio espaço e público, ainda que se conecte ao discurso do marido. A camiseta demarca suas características patriotas, com as cores da bandeira brasileira, narrativa adotada pelos eleitores de direita após o Impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff. A princípio, as cores eram utilizadas por manifestantes apenas

como uma forma de reforçar a união de todos os brasileiros, com um discurso idealista e quase heroico de que essas cores representam a população, como um todo, unida para combater a corrupção política e a crise econômica em que se situavam. Bases essas, que foram se moldando diante do discurso do Bolsonaro, em sua campanha presidencial em 2018, a qual ressaltava o slogan: “a nossa bandeira jamais será vermelha”. Sua estética, portanto, reforça o vínculo com o nacionalismo conservador.

A frase “Ore pelo Brasil” evidencia também uma narrativa religiosa que, ainda que tenha sido repercutida pelo marido, foi na verdade, incitada pela primeira-dama, já que no início da relação somente ela era evangélica atuante. Seu papel na política foi impulsionado, sobretudo, pela bancada evangélica do Senado, com o apoio total de política de direita, a ponto de se tornar a presidente do Partido Liberal (PL) Mulher, em 2023. Essa pedagogia das imagens de Janja e Michelle associa-se, na Prancha aqui apresentada, às imagens derivadas de campanhas e aparições de figuras públicas, entre elas e as artistas Olivia Dean (2024), Sabrina Carpenter (2025), Sydney Sweeney (2025), e Zendaya (2019). Todas utilizaram de suas roupas para reformular ou reforçar pontos de vistas já associados a suas imagens e aos lugares que ocupam no universo cultural.

Como exemplo, Olivia em um dos shows em *Glastonbury Festival* em junho de 2024, usou uma peça customizada pela marca inglesa *Chopova Lowena*: “Esse figurino, customizado com uma foto da minha bisavó, é um tributo a geração *Windrush*, que vieram para a Inglaterra dos países caribenhos entre 1948 e 1973, para ajudar na crise inglesa de poucos trabalhadores pós-guerra”, conforme revelou em entrevista para o Museu *Victoria & Albert*. Ao fazer esse movimento, Olivia se posiciona contra as declarações xenofóbicas em um momento de forte apelo tanto no meio americano estadunidense, com o monopólio comunicativo social de Elon Musk e o governo de Donald Trump marcado pelo discurso anti-imigratório e ultranacionalista, quanto no seu próprio país com um levante do movimento político de direita, liderado por Tommy Robinson sob o lema de unir o Reino Unido.

Além das imagens de manifestações por meio das vestes, como os protestos pela minissaia (1970), o ensaio fotográfico de Cher (1979), os desfiles de Vivienne Westwood (2020), e modelitos de Zuzu Angel. A exposição da estilista Zuzu Angel (2014) faz referência ao seu desfile em Nova Iorque como uma queixa à morte de seu filho, Stuart Angel, uma das vítimas da Ditadura Militar brasileira (1964). Nos vestidos foram bordados canhões, tanques de guerra e soldados coloridos em contraste aos pássaros pretos para denunciar de forma indireta as violências a que os brasileiros estavam submetidos durante o período de censura e restrição.

Cher (1979) também aparece como figura de destaque no mundo da moda feminina já na década de 70, conhecida nos Estados Unidos **pela segunda onda do movimento feminista**. Cher se consolida em seu programa televisivo como um ícone feminino, não apenas pelas suas roupas, mas pela ousadia de usá-las como uma forma de se evidenciar como figura principal do programa dividido com seu então marido, Sonny Bono. Ela aposta em tecidos brilhantes, com grandes decotes, franjas e partes do corpo amostra, ela utiliza daquilo que tem a seu favor, no caso a estética, para manifestar uma forma de emancipação e autoridade sobre seu próprio corpo. Seu vestuário operava como instrumento de emancipação feminina.

Para, por fim, posicionar as obras de arte que fazem referências a períodos pós século XV, com o retrato da governadora holandesa Isabella Clara Eugenia (1615) e Joana D'arc (1865). Na pintura, Isabella utiliza um acessório denominado rufo como forma de reafirmar a sua importância, o seu uso cobrava do sujeito uma rigidez e postura impecáveis, um colar com firmes estruturas internas que remeteram ao status e poder de quem os utilizava.

Um dos eixos centrais de montagem da prancha se localiza na própria temporalidade inscrita na imagem, não apenas entre as imagens que se avizinham, mas também naquelas que complexificam a rede de relações temporais - imagens que já são montagem (Nunes; Schneider; Campos e Maia, 2025, p. 33).

A Figura 6 convoca em cada detalhe as idas e vindas da moda e sua reivindicação como instrumento de fala para corpos femininos que permeiam as mais distintas temporalidades. Com ênfase na utilização do corpo e aquilo que o cobre como arma de poderio variável diante do contexto em que se apresenta. Ou, como se nota em algumas imagens, como forma de submissão e adesão forçada da mulher às expectativas sociais hegemônicas de vestuário e gestual feminino.

Diante dessa constelação de imagens, torna-se evidente que a moda atua como uma tecnologia histórica de inscrição de poder sobre e através dos corpos femininos. Seja na performance televisiva de Cher, que mobiliza a exposição do próprio corpo como afirmação de autonomia, seja na rigidez simbólica do rufo utilizado por Isabella Clara Eugenia, ou ainda na armadura associada à representação de Joana d'Arc, o vestuário se apresenta como mediador entre sujeito, sociedade e poder. Essas imagens demonstram que vestir-se é um ato profundamente político, que tanto pode reforçar estruturas normativas quanto tensioná-las e transformá-las. Assim, a prancha evidencia que a indumentária não apenas acompanha a história das mulheres, mas participa ativamente da construção de suas possibilidades de ação,

visibilidade e autoridade, reafirmando a moda como uma linguagem central na disputa por reconhecimento e agência feminina ao longo do tempo.

3 GÊNERO, PODER E REPRESENTAÇÃO NA POLÍTICA

A distinção entre sexo e gênero, na visão de Beauvoir (2016), está diretamente ligada aos aspectos culturais. Entende-se que a mulher, sob o olhar da sociedade, é montada de maneira a se considerar não somente facticidades biológicas como as vertentes históricas com suas interferências. Nesse contexto, a autora desloca a compreensão da mulher do campo da natureza para o campo da cultura, evidenciando que aquilo que se entende como “feminino” é resultado de processos históricos, educativos e sociais que produzem sujeitos. Ou seja, o termo mulher enquadrado no conceito de gênero, é retratado mediante a movimentação dos alicerces sociais e da noção de formação histórica. Como traz Beauvoir (2016): Não se nasce mulher, torna-se. Essa afirmação inaugura uma ruptura epistemológica fundamental, ao evidenciar que a condição feminina não é um destino biológico inevitável, mas uma construção social reiterada por práticas, discursos e instituições que moldam comportamentos, aparências e expectativas.

A teoria da performatividade de gênero constitui um eixo central no pensamento de Butler (2003), ao problematizar a noção de sexo como uma categoria puramente natural. Para a autora, o sexo não deve ser compreendido como um dado biológico pré-discursivo, mas como uma categoria normativa que se materializa historicamente por meio de práticas regulatórias reiteradas. Nesse sentido, a materialidade do corpo não é anterior às normas sociais, mas produzida por elas, em um processo contínuo de constituição e estabilização. Assim, os corpos tornam-se inteligíveis dentro de uma matriz normativa que os classifica e diferencia com base no sexo, evidenciando que aquilo que se entende como “masculino” e “feminino” é resultado de processos históricos, sociais e discursivos que regulam, produzem e legitimam determinadas formas de existência. A filósofa tensiona a própria noção de materialidade do corpo, ao afirmar que aquilo que entendemos como “natural” já é atravessado por normas que produzem inteligibilidade social. O corpo, portanto, não é anterior à cultura, mas constituído por ela.

Esse ideal de gênero parte de uma perspectiva mutável que tem suas características constantemente atualizadas conforme a passagem da linha temporal e da transição das bases que constituem a sociedade. “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). Como parte fundamental da estrutura social, o gênero possui um caráter moldado diante da forma como os sujeitos visualizam a comunidade e suas individualidades. Desse modo, o gênero opera como uma tecnologia social de organização dos corpos, regulando não apenas comportamentos, mas também aparências, gestualidades e modos de apresentação pública.

Os processos históricos, sociais e culturais de (re)produção de sentidos para as sexualidades encontram na moda e em suas tecnologias o instrumento para o que se convencionou chamar de homem e de mulher. Por consequência, antes mesmo do nascer, nosso corpo já é operado pela língua e pela história e maculado pelas formas e cores de uma “estilística definida como ‘apropriada’ aos sexos masculino e feminino” (Carvalho; Garcia, 2022, p. 63)

Nesse contexto, o vestuário atua como um dos primeiros dispositivos de enquadramento do sujeito na ordem de gênero, operando como marcador visível de pertencimento e como mecanismo disciplinador que orienta expectativas sociais. Há uma clara diferenciação nos trajes, que passam a não se basear somente nos grupos e costumes sociais, como também na variação entre homens e mulheres. A partir do século XIX, as roupas masculinas perdem suas características exibicionistas. Esse processo foi denominado por Flügel (1966) como “Grande Renúncia Masculina”, caracterizado pelo abandono, por parte dos homens, de vestimentas ornamentadas, coloridas e decorativas, substituídas por trajes sóbrios e funcionais (Perrot, 2007).

Como consequência, os elementos de distinção visual foram deslocados para o vestuário feminino, enriquecidas com detalhes, costuras, tecidos e cores. Tudo alinhado de maneira metódica para que a mulher consiga assim atrair o olhar de um pretendente, esbanjar a fortuna de sua família ou exibir os dotes adquiridos conforme o seu amadurecimento na juventude. Assim como, para que o corpo feminino possa ser controlado, não apenas por ser um corpo de uma mulher em si (já que desta maneira ele já era controlado), como também pela forma com que ele é exposto e mostrado em sociedade o que corrobora por uma espécie de disciplinarização delas. O corpo da mulher é transformando em vitrine simbólica do status, da respeitabilidade e do capital social familiar (Debom, 2018; Souza, 1987).

3.1 A MANIFESTAÇÃO POLÍTICA DO GÊNERO NA MODA

As mulheres são expostas a um escrutínio no que diz respeito às suas indumentárias, que devem estar à altura das expectativas sociais hegemônicas. Principalmente para figuras políticas, essas expectativas são fatores representantes de uma sociedade atenta às características que tornam uma mulher, de fato, uma mulher, nos conceitos idealizados por uma maioria, como a: feminilidade, sensualidade, maternidade e outros aspectos já historicamente arraigados à denominação mulher, como já mencionando, diante da visão de que se deve seguir

no padrão de uma pessoa branca, magra de cabelos brancos e traços finos. Segundo Freitas G. (2021) assim como a moda, o gênero constitui (e é constituído) por saberes socialmente aprendidos (resultantes dos discursos), é condicionado pelo poder (uma vez que este está ligado aos saberes) e é produtor de sujeitos (na medida que produz subjetivações).

Ele [e] ela formatam, pela estrutura morfológica da língua, as classificações sociais de feminino e de masculino, produzindo sentidos de evidência, de um pré-construído que aciona um dito, uma memória, consolidados anteriormente e em outro lugar e que determinam, sob uma ordem binária (corpo-vagina-mulher, corpo-pênis-homem), comportamentos sociais, gestuais e performáticos. Às mulheres, a representação da delicadeza, aos homens, a virilidade, marcas identitárias que subsistem sob a força de estereótipos (Novak; Leote, 2023, p. 63)

O ex-presidente Bolsonaro, ainda que tenha rompido com os códigos formais da política tradicional ao vestir simples chinelos, e o atual presidente Lula, mesmo que aclamado ao usar o boné do Complexo do Alemão (CPX), símbolo de pertencimento popular, ambos não passaram pelo mesmo escrutínio que Michelle e Janja. Esse dado evidencia uma assimetria de gênero na percepção pública, em que o vestuário masculino é frequentemente interpretado como expressão de autenticidade política, enquanto o feminino é reduzido a objeto de julgamento moral e estético (Gamba, 2019; Girardi, 2022).

Os dados da consultoria Quaest a pedido do Jornal O Globo, entre julho de 2022 e maio de 2023, as roupas de Janja e Michelle renderam 296,9 mil menções nas redes sociais. A atual primeira-dama (Janja) é criticada em 59% das postagens que tratam sobre suas vestimentas com um embate de 53% no caso das menções à Michelle, um comparativo quase equilibrado. Ou seja, mesmo que de extremos polos políticos distintos, ambas sofrem o mesmo nível de crítica sobre aquilo que usam, pareceres que quando os alvos são Bolsonaro ou Lula, não se fazem presentes em quase nenhuma das notícias que mencionam os dois. Esse monitoramento revela que o corpo feminino na política permanece submetido a uma lógica de vigilância intensificada, em que cada escolha estética é interpretada como indicativo de competência, caráter e legitimidade. Diferentemente dos homens, cuja autoridade é presumida, as mulheres precisam constantemente construí-la e justificá-la, inclusive por meio de suas roupas (Marzullo, 2023).

Crane (2006) discorre que as roupas são utilizadas para fazer uma declaração tanto de classe quanto de identidade sociais, mas suas mensagens principais referem-se às maneiras pelas quais mulheres e homens consideram seus papéis de gênero, ou a como se espera que eles os percebam. Nesse sentido, o vestuário político feminino torna-se um campo de negociação

constante entre conformidade e ruptura, aceitação e transgressão. A moda então, se conecta diretamente ao controle dos corpos, agindo como ferramenta seja para reforçar ou ampliar o enquadramento da compreensão de gêneros (Lipovetsky, 2009).

Sobre o corpo-sujeito cria-se, portanto, uma memória dos comportamentos, gestos, modos de vestir para ser menino/homem ou menina/mulher, cristalizam-se verdades, naturalizam-se as categorias de masculino e feminino. E, assim, reconhecida a norma, por meio dos enunciados que produz e faz circular, subjetiva-se o louco, o doente, o desobediente. (Carvalho, Garcia, 2022, p. 69)

Diante das reflexões das reflexões de Carvalho e Garcia (2022), Novak e Leote (2023) entende-se que a moda foi encarada pela sociedade como uma ferramenta de manutenção das convenções sociais de gêneros. A partir do instante em que se quebra essa expectativa geral, os comentários surgem carregados de negatividades e críticas, especialmente para as mulheres, que são enquadradas, dentro de uma visão patriarcal hierarquizada, como aquelas que não só precisam como devem estar atentas às vestimentas e alinhadas aos códigos de vestimentas vigentes no meio no qual se inserem e as perspectivas sociais hegemônicas. Portanto, a moda não opera apenas como reflexo das normas de gênero, mas como um dos principais dispositivos de sua manutenção e, simultaneamente, de sua contestação. É nesse campo de tensões que se inscrevem as performances das primeiras-damas, cujos corpos vestidos tornam-se territórios de disputa simbólica.

3.2 AS FERRAMENTAS DE PODER DO FEMININO

O gênero, constituído pelos elementos performativos de atos, gestos e desejos, quando aliado à vestimenta, colabora para o desenvolvimento da percepção de ocupação de um espaço e por consequência de poder. A roupa, nesse contexto, não apenas cobre o corpo, mas o constitui como corpo político, tornando visível sua posição na hierarquia social. Em outras palavras, por meio da construção de uma mensagem simbólica o gênero produz um efeito que se alia à expressão de signos de poder (Butler, 2003).

Todos nós passamos por essa primeira mesa de operação performativa: ‘é uma menina!’ ou ‘é um menino!’ O nome próprio e seu caráter de moeda de troca tornarão efetiva a reiteração constante dessa interpelação performativa. Mas o processo não para aí. Seus efeitos delimitam os órgãos e suas funções, sua utilização ‘normal’ ou

‘perversa’. A interpelação não é só performativa. Seus efeitos são prostéticos: faz corpos (Preciado, 2014, p. 130).

É a partir dessa interpretação, que os sujeitos mulheres brasileiras, quando começam ocupar os espaços de poder político, buscam aparatos para poderem sair da invisibilidade e explicitar suas narrativas. Isso ocorre porque a presença feminina nesses espaços historicamente foi marcada pela exceção, e não pela regra, tornando cada manifestação visual um gesto potencialmente disruptivo. Em 130 anos de República, houve apenas uma presidenta, Dilma Rousseff, em 2011, que, após reeleição, não completou seu mandato devido ao impeachment em 2016. Esse dado evidencia que a exclusão feminina do poder institucional não é apenas simbólica, mas estrutural, reforçando a importância de analisar as estratégias visuais utilizadas por aquelas que conseguem acessar esses espaços. Fora essa exceção, o primeiro espaço posto como disponível para a mulher na política brasileira foi o a posição de primeira-dama, que no país não é oficial, ou seja, não é institucionalizado e suas funções e remunerações não estão definidas na Constituição (Guedes; Melo, 2019).

Ainda assim, ao longo do curso narrativo de estudo dos governos da história brasileira, as primeiras-damas, no geral, não passaram de citações nas biografias de seus maridos. Mariana Fonseca, ainda que considerada a primeira primeira-dama, não carregou o título já que ocupou o espaço durante um período em que a denominação não era comum posto que a mulher não era permitida nem mesmo de participar, direta ou indiretamente, do meio político.

Figura 7 - Pintura de Gustave Hastoy



Fonte: Museu Casa de Rui Barbosa, (1891).⁸

⁸ Disponível em: [Ficheiro Wikipédia](#). Acesso em: 17 de janeiro de 2026.

Na pintura de Gustave Hastoy, Mariana é a única mulher presente e a única pessoa a não ter seu rosto retratado, nem mesmo seu perfil. Ainda que não tenha sido chamada de primeira-dama, iniciou um movimento de significação do termo com seus atos em prol da sociedade. Conforme relatos, apoiou a criação de uma escola doméstica de instruções primárias para meninas de baixa renda e órfãs (Guedes; Melo, 2019).

Foi a partir de **Darcy Vargas**, entretanto, que o papel da primeira-dama adquiriu outros sentidos e significados e realmente se marca o que entendemos como primeira-dama atualmente, por fazer com que sua atuação fosse além da mera posição de mulher do líder da nação, e utilizar seu papel para implementar novos projetos e entidades. Ela compreendeu que sua imagem pública era parte constitutiva de sua atuação política, utilizando a moda como ferramenta de legitimação e autoridade. Sua aparência não era um elemento superficial, mas parte integrante de sua estratégia de atuação.

Sempre muito ligada à moda, Darcy encontrou nas indumentárias uma forma de se enquadrar no cargo. Aparecer sempre elegante não era apenas uma questão de vaidade, mas também de transparência e confiança que ajudou, muitas vezes, a aumentar seu poder e do próprio marido e conseguir arrecadação de fundos, principalmente, nos eventos voltados para as iniciativas organizacionais que propunha, como é o caso do Natal do Pobres, em que entregava doações e brinquedos para os cidadãos menos favorecidos e também da criação da Legião Brasileira de Assistência (LBA), para proteger e educar as crianças, idosos e mães (Silva, 2022).

Sarah Kubitschek dá continuidade a esse legado de Darcy, mesmo optando por não presidir a LBA. Tanto a Legião quanto o evento de Natal são preservados, e ela cria, em 1956, a Fundação das Pioneiras Sociais. A organização atuava oferecendo assistência médica e educacional à população brasileira de baixa renda. Apesar de muito ativa e empenhada, em entrevista concedida ao jornal *O Globo*, em 1972, Sarah comenta sobre sua realidade como primeira-dama: “Uma pessoa que passa por este posto não tem sua própria vida. Vive numa solidão cercada de multidões. Vivi a vida que os cargos de Juscelino me impuseram”.

Maria Thereza Goulart é a próxima primeira-dama a assumir a presidência da LBA e, assim como Darcy, apoiou-se nas vestimentas como forma de adequação ao cargo. Com o auxílio de seu estilista, Dener Pamplona, abandonou os ares joviais de menina do interior e transformou-se na mulher destinada a representar a nação brasileira. Em seu caso, o governo passou a angariar não apenas doações para os projetos, mas também um senso de nacionalismo alimentado pelo orgulho de ter uma primeira-dama dotada de tamanha beleza. Consideradas

uma das primeiras-damas mais bonitas do mundo, Maria Thereza, se encaixa exatamente na perspectiva social brasileira de beleza vigente na época e presente até os dias atuais, novamente, uma mulher branca, magra, de cabelos longos e lisos e traços finos.

Figura 8 - Maria Thereza Nova Primeira-dama



Fonte: Disitzer, (2019).⁹

Nesse contexto, a indumentária consolida-se como uma das principais ferramentas mobilizadas pelas primeiras-damas na construção de sua presença pública. Segundo Silva (2022), mais do que expressão de gosto pessoal, suas vestimentas constituem também matéria política, pois evidenciam tanto a função modelar quanto o lugar simbólico que elas ocupam na estrutura de poder. Desse modo, o comportamento e, sobretudo, a aparência da mulher do presidente permanecem sob vigilância constante, sendo continuamente observados, interpretados e julgados. Aquilo que uma primeira-dama veste revela, portanto, uma elaboração que ultrapassa o cotidiano, configurando uma narrativa silenciosa, tecida nas entrelinhas dos próprios tecidos. Nessa perspectiva, seu corpo converte-se em superfície de inscrição simbólica da nação, onde se projetam valores sociais, expectativas coletivas e ideais normativos de feminilidade, articulando sua imagem individual à representação política do país.

Yolanda Costa e Silva também é um exemplo de como os brasileiros, de fato, esperavam que as primeiras-damas se dedicassem à aparência e à construção de uma narrativa por meio do vestuário. No dia da posse de Costa e Silva, o *Jornal do Brasil*, em 1967, citou o nome da

⁹ Disponível em: [Jornal O Globo](https://www.jornal.orglobo.com.br/) . Acesso em: 4 de dezembro de 2025.

primeira-dama cinco vezes e, em três dessas menções, fez referência aos seus trajes, seja por meio de uma descrição completa, seja pelo comentário de apenas uma peça.

“Moda”. Escrita. Tipografia. Compor bem, firme; nitidez, elegância. Forma. Se possível, cor. Estilo. Propriedade antes de tudo. Respeite os gêneros: campestre, passeio, traje de montaria, de caça, esporte, a rigor; *prêt-à porter* de redação; vestido de gala, casaca e condecorações. Cada coisa a sua hora (Souza, 1987, p.10).

Quando a primeira-dama emerge na cena pública, ela deixa de ser percebida apenas como a companheira do presidente e passa a ser investida do papel de representante simbólica das mulheres brasileiras, estejam elas inseridas diretamente na política ou não. Sua imagem passa a condensar expectativas coletivas sobre o que significa ser mulher em um espaço de poder. Nesse processo, instaura-se uma tensão entre três dimensões distintas, porém sobrepostas: a mulher enquanto sujeito, a mulher enquanto esposa do presidente e a mulher enquanto primeira-dama. Essa sobreposição produz efeitos diretos na maneira como a sociedade compreende as relações de gênero no interior das estruturas políticas e os próprios limites da igualdade de gênero. Dessa forma, a primeira-dama ocupa uma posição paradoxal: embora não tenha sido eleita tem capacidade de influenciar o meio político de modo direto sem requerer votos e é investida de intensa visibilidade e responsabilidade, sendo constantemente convocada a performar um ideal de feminilidade que, ao mesmo tempo, represente a nação e contribua para legitimar o poder presidencial.

3.3 A MULHER DENTRO DA PRIMEIRA-DAMA

A esposa do presidente constitui uma presença que contribui para atribuir à figura masculina atributos como estabilidade, respeitabilidade e confiabilidade pública. Conforme observa Perrot (2007), a figura feminina tem atuado historicamente como complemento simbólico da masculina, operando como elemento de ostentação e ornamentação da vida pública. Tal dinâmica evidencia o caráter instrumental frequentemente atribuído à sua presença, mobilizada para humanizar, suavizar e reforçar a legitimidade do poder exercido por homens.

Nesse sentido, a mulher que ocupa o lugar de primeira-dama é convocada a atuar para além da posição de acompanhante, sendo socialmente demandada a demonstrar engajamento em ações assistenciais e a assumir uma função representativa das mulheres da nação, seja reiterando atributos tradicionalmente associados ao feminino ou tensionando esses mesmos

códigos. Por fim, a mulher, enquanto sujeito, ao ocupar essa posição de alta visibilidade, tem sua liberdade de experimentação performática significativamente restringida, uma vez que, mesmo fora de compromissos oficiais ou desacompanhada do presidente, permanece sob constante observação e julgamento, submetida às expectativas normativas e hegemônicas que definem o que é socialmente aceitável para uma primeira-dama.

Ao apresentar-se nos eventos sociopolíticos com as roupas de Dener [estilista de Maria Thereza], a primeira-dama valorizava a produção nacional, incorporando em suas práticas de vestir os símbolos que a posicionavam como defensora do princípio de que havia uma moda brasileira, criada pelos costureiros brasileiros e para a mulher brasileira (Simili, 2014, p. 279)

Já que as vestes ocupam grande parte do corpo do sujeito e, por consequência, do campo de visualização do observador, no meio político elas atuam como amplificadoras de uma mensagem. Sobretudo quando estão em contraste com o ambiente em que o sujeito político se encontra, seja por aparentarem inadequação e dissonância em relação às pessoas ao redor, seja por não corresponderem àquilo que se espera do ocupante do cargo. Em todo caso, as primeiras-damas, ainda no período pré-eleitoral e no pós-eleitoral, são constantemente analisadas por esses vieses. Como apontou o jornal O Globo, em 1972, “A mulher de um presidente vive num aquário, exposta a tudo. É preciso que ela tenha uma contenção de palavras e gestos. Se for um pouquinho negligente pode criar problemas” (O Globo, 1972, p. 3).

Janja, desde o dia da posse, em 2023, rompe com os protocolos impostos ao cargo. Ela inicia um processo de construção de uma nova representação da mulher na política e das características atreladas ao seu gênero. Sua escolha estética sinaliza uma tentativa consciente de deslocamento simbólico da figura da primeira-dama tradicional, incorporando elementos que dialogam com autonomia, contemporaneidade e identidade política própria.

Ao subir a rampa do Palácio do Planalto com um conjunto de terno e calças, algo jamais realizado por outra primeira-dama, deixa de lado a cor vermelha, historicamente atrelada à imagem do Partido dos Trabalhadores, buscando um afastamento do momento de maniqueísmo político vivenciado no período. Ao mesmo tempo, evidencia a produção brasileira nordestina, com um trabalho realizado pelo grupo de bordadeiras de Timbaúba. Esse gesto não é apenas estilístico, mas profundamente político, pois tensiona as expectativas de feminilidade associadas ao cargo e reivindica uma nova forma de presença feminina no poder.

Figura 9 - Traje de Janja para a posse do presidente Lula em 2023



Fonte: Stuckert, (2023).¹⁰

Em seu perfil no Instagram ela demarca “O Brasil diverso, criativo e potente que tanto nos orgulha subiu a rampa do Planalto no domingo até nos mínimos detalhes do meu casaco - e isso me deixa muito feliz!” (Janja, 2023). Além de agradecer as bordadeiras, artesãos responsáveis pelos acessórios, e as designers do conjunto, Helô Rocha e Camila Pedroza.

A escolha das roupas por líderes políticos e figuras públicas ultrapassa a questão estética, nela estão contidos significados simbólicos e estratégicos que podem influenciar a percepção pública e até mesmo pautar agendas midiáticas. A escolha de cores, estilos e acessórios podem reforçar narrativas sobre nacionalismo, tradição, modernidade ou inclusão. (Aquino, Santos, 2025, p. 183)

Aqui, como refletido por Simili (2008), Janja consegue performar as três mulheres alocadas dentro de um único espectro. A figura de uma mulher que representa tanto a si mesma, diante da preferência pelo uso de calças e o cabelo amarrado, quanto a primeira-dama da nação com discurso carregado de orgulho nacional explicitado pelo design brasileiro do traje, quanto a mulher do presidente ao trazer à luz questões de apaziguamento político partidário. Nesse

¹⁰ Disponível em: [Revista FFW](#). Acesso em: 24 de outubro de 2025.

corpos estivessem separados exerceriam outros papéis, sentidos e significados sob a análise dos observadores.

As relações objetivas de poder tendem a se reproduzir nas relações simbólicas. Na luta simbólica pela produção do senso comum, ou mais exatamente, pelo monopólio da nomeação legítima, os agentes investem o capital simbólico que adquirem nas lutas anteriores (Bourdieu, 1990, p. 163).

A união desses fragmentos em uma única prancha busca ressaltar como, apesar da lacuna temporal entre os momentos escolhidos ou do ambiente do qual eles foram retirados, a mulher quando posicionada ao lado do homem, é avaliada e percebida de uma outra maneira. O gênero, nestes casos, se torna fator determinante para a assimilação de um sujeito e do espaço que ele ocupa, portanto, também, do poder que esse sujeito é capaz de exercer naquele meio. Essa dinâmica evidencia que o reconhecimento do poder feminino ainda é frequentemente mediado pela presença masculina, revelando a persistência de estruturas simbólicas patriarcais.

A composição da prancha acima é formada por fotografias, obras de arte, cenas de produções cinematográficas, recortes de jornais e perfis nas redes sociais de domínio próprio das primeiras-damas Janja e Michelle, ou então de páginas que fazem referência a elas. Está presente também uma imagem já alterada que faz parte da campanha *#MoreWomen* da revista *Elle* britânica (2015). A campanha teve como objetivo questionar a ocupação dos cargos de poder e da ênfase narrativa midiática de maneira desigual entre homens e mulheres. Em momentos emblemáticos do mundo político foram retiradas as figuras masculinas, expondo, como na imagem escolhida, somente as mulheres. O mesmo acontece com o recorte do *Die Zeitung*, jornal editado pela comunidade hassídica de Nova York, ao apagar a secretária de Estado Hillary Clinton e Audrey Tomason, assessora de contraterrorismo da Casa Branca da foto da operação estadunidense de contenção de Osama bin Laden.

A *#Morewomen* demarca uma ironia ao realizar uma ação de apagamento e invisibilização dos homens na política e evidenciar o baixo número de mulheres em meios que se dizem igualitários no quesito gênero. Já o *Die Zeitung* segue uma linha política editorial que não permite a publicação de fotos de mulheres. Nos dois casos, quando as mulheres de fato ocupam os cargos pressupostos, tal qual os homens, ou elas são minoria ou são apagadas, seja pela mídia ou pelo próprio contexto, no meio da multidão de homens presentes. As imagens incluem também fotografias de Janja ao lado de Lula sendo recebida pelo Imperador Naruhito e a Imperatriz Masako no Palácio Imperial do Japão e uma foto do casal presidencial, tirada

durante sua estadia no Ceará em agosto de 2021. A postagem chamou grande atenção da população principalmente pelo corpo do presidente, a legenda da imagem complementa: “Uma foto para a lua ser protagonista, vem o Lula Pleno e até a lua fica com inveja. Lula é inspiração! Hoje as academias terão os invejosos e os fãs, coxão de Lula vai movimentar o povo brasileiro”.

Nesse contexto, Janja passa a servir como uma personagem de apoio na comprovação simbólica da masculinidade de Luiz Inácio Lula da Silva. Diante do olhar social predominante, a primeira-dama performa o papel de uma mulher agradecida por um homem viril, que emana força e confiança ao acompanhá-la. Esse episódio revela como a presença feminina pode ser instrumentalizada como dispositivo de validação simbólica da virilidade masculina, reforçando hierarquias de gênero mesmo em contextos aparentemente íntimos. Uma coluna sobre a fotografia chega a ser publicada pelo jornalista Merval Pereira, que afirma: “As coxas saradas de Lula transformaram-se em objeto de desejo de homens, e principalmente, de mulheres”.

Esse desejo emana de uma imagem capturada em um momento íntimo do casal, quando estavam fora dos atendimentos e das ocupações públicas e compartilhavam um abraço caloroso, sem a presença de trajes conformes ao protocolo: Janja, com as pernas e os ombros à mostra, e Lula, de sunga e boné. Trata-se de um casal que poderia ser facilmente identificado como qualquer outro casal brasileiro a posar romanticamente, não fosse o peso simbólico e político inscrito em sua imagem.

Na mesma instância, há uma fotografia de Michelle Bolsonaro e Jair Bolsonaro, produzida durante a campanha de 2024 e voltada à divulgação do novo perfume do ex-presidente, intitulado “Mito”. A construção visual do casal reforça ideais normativos de feminilidade e masculinidade, nos quais a mulher aparece como extensão estética e simbólica do homem, contribuindo para a consolidação de sua imagem pública. Ambos posam juntos, como casal, trajando vestimentas elegantes. A ex-primeira-dama usa um batom vermelho vibrante, contraposto a um vestido azul intenso, na altura do joelho, de mangas longas e busto com recorte que emoldura seu rosto, ao mesmo tempo que preserva a cobertura do colo. O tecido, em sua intensidade cromática, transmite uma ideia de força e distinção. Seu marido a acompanha com um terno preto *slim* completo e gravata borboleta, configurando o epítome daquilo que socialmente se reconhece como “fineza” em um casal. Ambos manifestam, assim, um ideal a ser alcançado, no qual a mulher performa uma sensualidade contida, destituída de vulgaridade, enquanto o homem lhe garante a finesse necessária para que ela possa continuar a investir em sua aparência, seja na maquiagem e no cabelo, seja na própria vestimenta.

O discurso das roupas pressupõe a construção de uma imagem, de um autorretrato daqueles que estão envolvidos no ato de comunicação. A construção dessa imagem de si, a partir das estratégias de um enunciador que conduz o discurso com o intuito de sugerir, por meio dele, uma determinada identidade, convencionou-se chamar de *ethos*, termo emprestado da retórica antiga. (Drumond, 2019), p. 93)

Também foi possível associar, na prancha acima, imagens dos filmes *Barbie* (2023) e *Não Se Preocupe, Querida* (2022), com cenas em que as personagens femininas exercem o papel de apoio aos personagens homens. Figuras masculinas essas que apesar de serem, pelo pressuposto social, aqueles que deveriam tomar a frente, liderar e fazer as decisões diante do então “sexo frágil”, sempre que precisam recorrer a assistência da mulher para lidar com suas questões. Essas representações reforçam como a cultura visual contemporânea continua reproduzindo narrativas em que o feminino aparece como suporte emocional, simbólico e estrutural do masculino.

Estão presentes também imagens do ex-casal presidencial Sarah Kubitschek e Juscelino Kubitschek (1957), bem como do casamento real do Príncipe Charles e Lady Diana Spencer, realizado em Londres, em 1981. O casamento real torna-se um momento emblemático para o questionamento da mulher como sexo frágil e, simultaneamente, como muleta masculina, por dois fatores principais. O primeiro é a própria instituição do casamento, que demarca a necessidade de coexistência entre homens e mulheres no contexto social hegemônico.

Ainda que o casamento não seja mais obrigatório pela legislação brasileira e exista a possibilidade de dissolução por meio do divórcio em 1977, a expectativa social de que as mulheres se casem ao atingirem a maturidade permanece reafirmada, sobretudo no interior da realeza, que sequer permite a escolha irrestrita de um parceiro para ocupar tal posição. Isso abre espaço para o segundo fator, o vestido de casamento, tradicionalmente branco, como símbolo da virgindade intocada da mulher, acompanhado do véu que cobre seu rosto e representa sua pureza e nobreza. No caso de Diana, a cor escolhida foi o marfim, e seu véu tornou-se o mais longo da história da realeza (Newbold, 2021).

As demais imagens fazem referência a pinturas artísticas. Entre elas, a obra já mencionada, *Assinatura do Projeto da Constituição*, de Gustave Hastoy (1891), na qual a única mulher representada é Mariana Fonseca, então primeira-dama, ainda assim pintada de costas, sem que seu rosto pudesse ser registrado. Também se destaca *Uma Lição Clínica na Salpêtrière* (1887), de André Brouillet, em que o neurologista francês Jean-Martin Charcot apresenta uma

paciente diagnosticada com “histeria”, “doença” historicamente associada ao sexo feminino, diante de uma audiência composta exclusivamente por médicos e estudantes homens.

A Figura 10, de modo geral, rememora essa repartição entre três facetas da primeira-dama: a mulher, a mulher como primeira-dama e a mulher do presidente. Além disso, evidencia a disputa por poder e dominância entre os gêneros feminino e masculino, com ênfase nos espaços de circulação pública, bem como a influência que as expectativas sociais hegemônicas exercem sobre a representação do sujeito mulher em um contexto relacional com o masculino.

Sob essa perspectiva, a Figura 10 não apenas apresenta a primeira-dama como personagem histórica, mas a revela como uma imagem-sintoma, no sentido warburguiano, ou seja, como um lugar em que diferentes temporalidades entram em colisão e sobrevivem umas nas outras. Sua figura emerge simultaneamente como sujeito e como forma simbólica, articulando a mulher e sua representação em uma mesma superfície visível. Ao ser montada ao lado de outras imagens de corpos femininos investidos de poder, sua presença deixa de ser compreendida como expressão individual isolada e passa a operar como parte de um conjunto visual mais amplo, no qual reaparecem gestos, códigos indumentários e regimes de visibilidade de gênero que atravessam a história.

Nesse sentido, sua imagem torna-se o espaço em que se manifestam tensões entre autonomia e normatização, não como uma oposição estática, mas como um campo dinâmico de forças. Conforme propõe Georges Didi-Huberman (2018), é na própria montagem que a imagem revela sua potência crítica, permitindo compreender que o corpo da primeira-dama não é apenas suporte de representação política, mas o próprio lugar onde sobrevivem e se transformam imaginários de gênero, autoridade e legitimidade. Assim, mais do que ilustrar o poder, a primeira-dama o torna visível, inscrevendo em sua aparência os vestígios de disputas históricas que permanecem ativas no presente.

4 REDES SOCIAIS VIRTUAIS E DISPUTAS SIMBÓLICAS

Roger Silverstone (2002) elabora a conceituação da mídia a partir de uma perspectiva que correlaciona o simbolismo estético e as esferas da vida cotidiana, seja para ser disruptiva, seja para mantê-las ou sustentá-las. Trata-se de uma visão que antecipa, em certa medida, as dinâmicas promovidas pelas redes sociais no contexto atual, uma vez que o autor parte de um princípio que permanece contemporâneo, o de que a mídia está intrinsecamente interligada à vida social dos sujeitos. Conforme ele próprio argumenta: “A mídia nos fornece, em importante grau, tanto os instrumentos como os problemas: os conceitos, categorias e tecnologias para construir e defender distâncias; para construir e manter conexões” (Aquino; Santos, 2025, p. 185).

As redes sociais têm desempenhado um papel fundamental na evolução da mídia e daquilo que compreendemos como comunicação. Desde os primeiros sistemas de linguagem até as recentes plataformas onipresentes, essas redes atuam como reflexo do funcionamento da sociedade globalizada contemporânea e das individualidades das comunidades nela presentes.

As redes sociais são responsáveis por estabelecer parte significativa das atuais dinâmicas comunicacionais da sociedade moderna. Se antes o rádio e a TV eram os principais responsáveis por estabelecer um modelo de comunicação massivo, com o avanço da tecnologia, eles ganharam a concorrência das redes sociais. Com diferentes dinâmicas de comunicação, a internet proporciona um convívio muito mais próximo entre os usuários. (Bueno, 2023, p. 13)

As plataformas, tal como as conhecemos hoje, passaram por uma série de transformações até se consolidarem em seu formato atual. Seu início, nos anos 2000, esteve centrado em páginas como o Orkut, que permitia a personalização de perfis, a interação entre usuários, o compartilhamento de fotos e a criação de comunidades internas. Concomitantemente, o Facebook ganhava força, expandia-se no Brasil e tornava-se, posteriormente, uma das redes sociais mais populares e influentes do mundo, integrando diferentes faixas etárias, contextos socioculturais e regiões geográficas. Essa nova fase do Facebook introduziu recursos ainda utilizados no presente, como o conceito de *feed*, entendido como a página base das redes sociais, a exposição de notícias, o relato de acontecimentos pessoais e o compartilhamento de fotos e eventos, consolidando-se como um elemento central da vida social (Terra, 2009).

As informações que circulam nas redes sociais assim tornam-se persistentes, capazes de ser buscadas e organizadas, direcionadas a audiências invisíveis e facilmente replicáveis. A essas características soma-se o fato de que a circulação de informações é também uma circulação de valor social, que gera impactos na rede (Recuero, 2009, p. 5)

Abre-se, então, espaço para o Instagram, que de início era focado em compartilhamento de fotos com filtros, inspirada em câmeras *Polaroid* e telegramas. A plataforma evoluiu para uma rede ampla e utilizada para além do campo social, interligando-se como meio educativo, cultural e profissional. Além de impulsionar sua cartela de recursos com *stories*, *reels* e *lives*, que têm a capacidade de atrair diferentes públicos com idades variadas e reter a atenção mediante a sua própria forma de compreensão dos conteúdos divididos nesses formatos.

Ferramentas deste tipo permitiram a publicização das redes dos atores e suas transformações (como por exemplo, com a inclusão de diferentes tipos de atores, como empresas e personagens) e também impactaram com força o tecido social, tornando os modos de comunicação mais complexo (Recuero, 2015, p. 2)

Uma pesquisa realizada pela Statista, em outubro de 2025, identificou o Brasil na terceira posição entre os 20 países com maior audiência no Instagram. Em complemento, a empresa Publya divulgou, em novembro do mesmo ano, que aproximadamente 66,2% da população total do país utiliza o Instagram, o que equivale a cerca de 141 milhões de brasileiros. Desses, 93% acessam a plataforma ao menos uma vez por dia. Ou seja, conforme afirma Recuero, a adaptação do Instagram atraiu um contingente ainda maior de usuários, impulsionando tendências culturais nacionais e moldando compreensões sobre as imagens das figuras públicas expostas na rede.

4.1 USO DAS REDES SOCIAIS NO MEIO POLÍTICO

Por consequência da alta adesão populacional, foi impulsionada a criação de perfis tanto para pessoas públicas, como é o caso com as primeiras-damas, quanto para organizações e instituições, principalmente aquelas do meio comunicativo, sejam jornais, revistas ou outras variáveis. No caso de figuras políticas, é por meio das redes sociais que elas conquistam seu

público eleitor e simpatizantes, reafirmam suas propostas e compartilham sua visão diante do desenvolvimento do país.

O Instagram tornou-se não apenas um cartão de visitas, mas uma extensão dos próprios sujeitos, transparecendo seus ideais, visões, posicionamentos e comportamentos. Nele, manifestam-se ações e atitudes alinhadas àquilo em que os proprietários dos perfis acreditam, bem como aos valores compartilhados por seus seguidores, configurando-se como um espaço de expressão de narrativas políticas e sociais articuladas a bases historicamente consolidadas.

As redes sociais tiveram um papel decisivo neste processo. Práticas corriqueiras como caminhar, cochilar, comer, assistir televisão, checar o feed do Instagram e Facebook tornaram-se meios para comunicar o antielitismo e a suposta "autenticidade" de candidatos aos mais diversos cargos das instituições das principais repúblicas do ocidente: deputados, senadores, governadores e presidentes. (Demuru; Oliveira P., 2023, p. 188)

Michelle Bolsonaro insere-se de maneira bastante eficaz no universo das redes sociais, especialmente no Instagram. Em seu perfil, constrói narrativas que transitam entre compartilhamentos cotidianos, semelhantes àqueles realizados por muitos brasileiros, como vídeos ensinando Libras e registros do acompanhamento de seu trabalho em ações voluntárias, e publicações relacionadas a compromissos políticos e institucionais. Entre essas, destacam-se sua participação em reuniões internacionais em apoio ao marido e sua atuação em agendas nacionais no exercício de sua função **como presidente do PL Mulheres**.

Na pesquisa realizada pelo jornal O Globo, em 2020, que monitorou a presença da então primeira-dama nas redes sociais desde o início da presidência de Jair Bolsonaro até junho daquele ano, verificou-se que, das 241 fotos publicadas por Michelle Bolsonaro, seu marido aparecia com destaque em apenas 24. Mesmo sem essa presença marcante do ex-presidente, à época, ela quase atingia o número de seguidores de outros membros da família Bolsonaro que já estavam previamente inseridos no meio político. Michelle possuía 1,8 milhão de seguidores, enquanto o vereador Carlos Bolsonaro tinha 2,1 milhões e o senador Flávio Bolsonaro, 2,4 milhões. Atualmente, em janeiro de 2026, Michelle alcança 8,1 milhões de seguidores, em comparação com 4 milhões de Carlos e 8,9 milhões de Flávio.

Segundo Recuero (2009), as redes sociais não se limitam a canais de comunicação, mas funcionam como ambientes estruturados por redes de relações sociais, nas quais a circulação de informações produz significados, valores e influência sobre os indivíduos. A autora enfatiza que cada mensagem compartilhada em plataformas digitais integra processos complexos de

interação social, nos quais o alcance, a persistência e a replicabilidade das informações potencializam seus efeitos e moldam a percepção de comunidades e audiências invisíveis.

Figura 11 - *Reels* Michelle Bolsonaro



Fonte: @michellebolsonaro, (2023).¹²

Em seu perfil no Instagram, a ex-primeira-dama constrói a imagem de uma mulher que cuida do lar, da família e da pátria. Publica *stories* organizando itens domésticos e cozinhando, além de postagens em que declara amor ao marido e reforça continuamente seu apoio às decisões que ele toma, defendendo-o publicamente diante de críticas tanto da oposição política quanto de cidadãos. Também evidencia seu papel como mãe, homenageando as filhas e expondo momentos de convivência com os netos. Paralelamente, compartilha *reels* que oferecem uma visão de sua atuação política, com registros de reuniões, agendas e viagens vinculadas ao Partido Liberal. Desse modo, apresenta, nas redes, uma dimensão humanizada do ex-presidente e do campo político da direita, ao mesmo tempo que performa o papel da mulher evangélica que mobiliza esforços para garantir que seu companheiro disponha das condições necessárias ao exercício de uma liderança eficaz.

Como a mídia é capaz de tornar visíveis as ações dos políticos, o gerenciamento da imagem perante os veículos de comunicação passa a ser ponto importante na trajetória política de cada, o que faz com que o campo dos media incida diretamente sobre o campo político. Essa

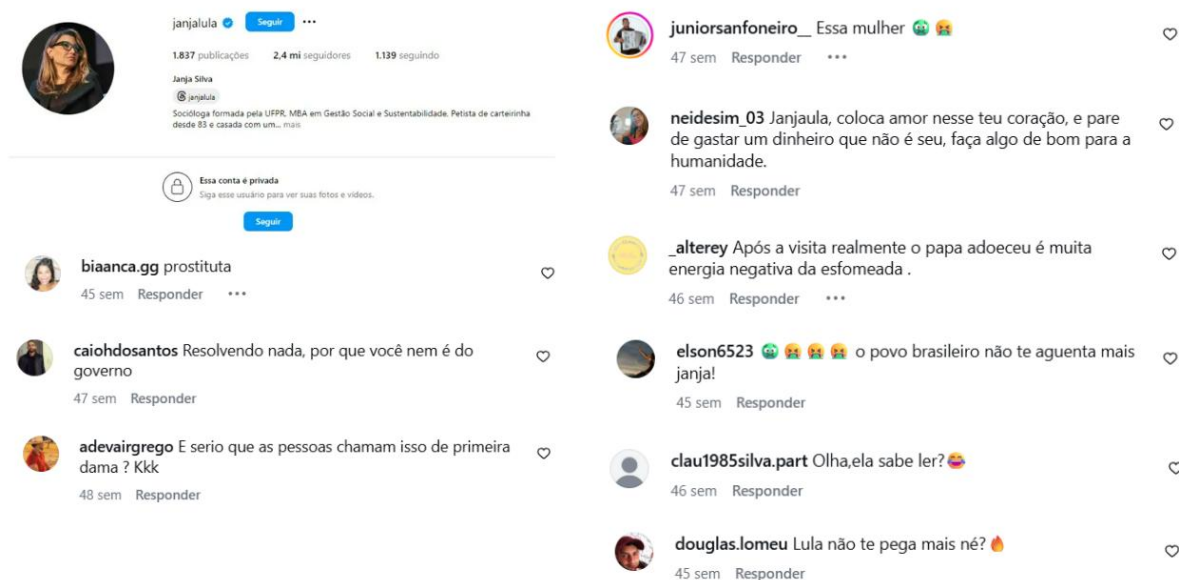
¹² Disponível em: [Instagram.com/michellebolsonaro](https://www.instagram.com/michellebolsonaro). Acesso em: 9 de outubro de 2025.

visibilidade gerada pela mídia é fator crucial para afirmar a relevância dos atores que participam do campo político e conferir a eles certo grau de importância, além de legitimidade. (Bueno, 2023, p. 35)

Em contrapartida, Janja, em 2025, privou sua conta no Instagram, impedindo que outros usuários acessassem seu perfil, em decorrência do sucessivo compartilhamento de comentários de ódio e misoginia em suas publicações. As críticas à presença digital da primeira-dama não se restringiam aos comentários nas postagens, estendendo-se também a manifestações realizadas na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, onde parlamentares passaram a apelidar de “Esbanja”. A alcunha emergiu em meio a acusações de que ela estaria ultrapassando os limites simbólicos atribuídos ao papel de primeira-dama e desviando de suas funções esperadas, o que, segundo esses discursos, poderia desfavorecer o Partido dos Trabalhadores e o campo político da esquerda, em razão de uma suposta ostentação exibida nas redes sociais.

A conta foi reaberta após quatro meses. Ainda no período de análise delimitado para este trabalho (2025 - 2026), os comentários observados variavam entre opiniões favoráveis e contrárias ao governo, com destaque para críticas direcionadas a Luiz Inácio Lula da Silva; comparações entre Janja e Michelle Bolsonaro, sobretudo no que se refere à estética, às roupas, às falas e às atitudes; e, por fim, manifestações de desaprovação em relação às vestimentas, aos gestos e aos comportamentos da primeira-dama em atividades políticas, acompanhadas de questionamentos sobre a legitimidade e os limites de sua atuação no governo.

Figura 12 - Comentários feitos a publicações de Janja no Instagram



Fonte: elaborada pela autora, (2026).

A Figura 12, parte de uma montagem de autoria própria de diferentes postagens no Instagram de Janja, antes do período de restrição de seu perfil. No início do terceiro mandato de Lula, em janeiro de 2023, Janja buscou manter seu perfil mais ativo e conquistou 1 milhão de novos seguidores até julho do mesmo ano, considerando as plataformas Instagram, Twitter e TikTok. Com 2.191 publicações, em comparação com as 1.544 postagens da conta de Michelle Bolsonaro, a atual primeira-dama permanece, ainda assim, com menos seguidores, acumulando um total de 2,8 milhões no Instagram, mesmo após o período em que seu perfil esteve restrito e sua posterior reabertura. Apesar da atual distância de números entre os dois perfis, Janja ainda possui mais seguidores que a teve Michelle durante seu período de primeira-dama (2020).

Essa percepção dialoga diretamente com o entendimento de Raquel Recuero (2009), ao apontar que as postagens nas redes sociais possuem um alcance que ultrapassa sua aparência imediata, pois revelam a afinidade do público com a figura proprietária do perfil e contribuem para a propagação das mensagens por ela veiculadas. Esse processo amplia sua influência entre os aproximadamente 141 milhões de brasileiros presentes no Instagram e impacta a forma como esses sujeitos percebem os diferentes formatos de governo por meio dos canais de comunicação das primeiras-damas.

Observa-se, ainda, que tanto os comentários quanto o número de seguidores estão atravessados por normas de gênero, conforme propõe Butler (2003), uma vez que aquelas que não atuam de acordo com as expectativas sociais binárias associadas à posição de primeira-dama tornam-se alvos de vigilância e contestação. Figuras femininas são desqualificadas por aquilo que dizem ou deixam de dizer, vestem ou deixam de vestir, fazem ou deixam de fazer. Essa dinâmica se intensifica quando essas mulheres não se enquadram nos padrões esperados, sejam eles de ordem comportamental ou estética, evidenciando os mecanismos normativos que regulam a inteligibilidade e a legitimidade de suas presenças públicas.

Fica evidente quais corporeidades são legitimadas por vertentes conservadoras da mídia e da população: jovens, femininas, brancas, discretas, que reconhecem seu lugar de acessório, sem disputar protagonismo político, exercendo, no máximo, funções em programas e ações assistencialistas (como a atuação de Marcela Temer no Programa Criança Feliz, lançado por seu marido, Michel Temer, voltado para a promoção do desenvolvimento integral de crianças de até três anos). Cabe destacar ainda que tais atributos valorativos dizem menos sobre as próprias mulheres e mais sobre seus maridos, então presidentes, em construções de projeções de poder e sucesso que se

estendem aos corpos de suas companheiras. (Gonçalves, et al., 2022, p. 272)

Enquanto os presidentes têm uma maior liberdade para expressar sua identidade e vontades em seus perfis nas redes sociais sem receberem as mesmas críticas e comentários de ódio explícito, as primeiras-damas são submetidas a constante vigilância daquilo que expõem em suas redes sociais ou ocultam, por assim dizer, sendo questionadas seja pela população, pelos parlamentares ou pela própria mídia e jornais.

4.2 A RELAÇÃO ENTRE IMAGEM E POSTAGENS

Em um meio comunicativo de intensa propagação de visualidades, como são as redes sociais, a composição das imagens, vídeos e fotografias ali expostos influencia diretamente a percepção do público sobre o sujeito proprietário do perfil. Esses perfis são constituídos por atravessamentos visuais que dependem das vivências e das distintas temporalidades nas quais o sujeito está inserido. A publicação dessas imagens transmite uma mensagem que se apresenta da forma como se apresenta em razão da participação direta de quem administra o perfil. Nesse sentido, nesta pesquisa interpretamos esse conjunto de imagens, reunido em um perfil do Instagram, como uma prancha, tem-se a compreensão de que o Instagram já entrega uma disposição definida e de que construir uma prancha envolve intencionalidade própria, de acordo com os parâmetros warburguanos e com as proposições de Didi-Huberman (2018) porém, entende-se que o conjunto de imagens do feed pode revelar mais outras coisas além da mensagem intencionada a cada postagem, e que as postagens seguem uma intencionalidade própria do sujeito dono do perfil, mesmo quando este é um perfil político.

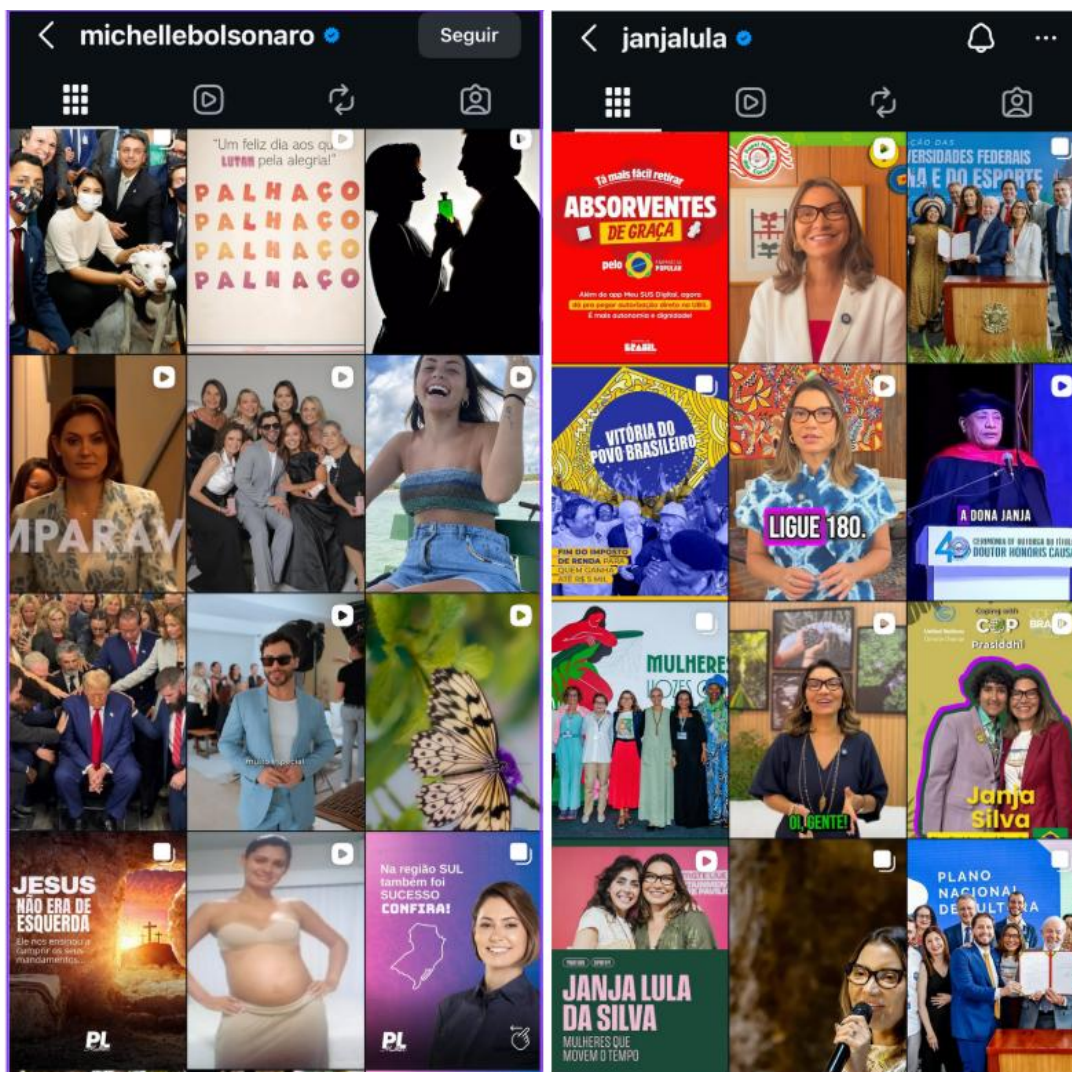
Por essa razão, na prancha intitulada ‘A visualidade das redes sociais’, são inseridas capturas de tela dos perfis de Michelle Bolsonaro e Janja, referentes ao período de novembro a dezembro de 2023, como forma de evidenciar que as próprias imagens por elas publicadas constituem uma composição capaz de suscitar reflexões acerca dos pontos de conexão e das contradições entre os papéis que exercem na sociedade. Além disso, tais imagens operam como declarações visuais de suas identidades e de seus ideais, claramente demarcados pelas escolhas que orientam a construção de seus perfis.

Até a data de elaboração da ‘A visualidade das redes sociais’ o perfil de Michelle Bolsonaro leva como nome identificador o @michellebolsonaro, com 1.544 postagens, 8,1 milhões de seguidores e segue 3.025 contas. Sua biografia é: “Esposa, mãe, voluntária e serva

do Senhor. A Honra, A Glória, A Força e o Poder ao Rei JESUS”, acompanhada da bandeira do Brasil e a bandeira de Israel. Além do link para o site da sua marca de perfumes em conjunto a Bolsonaro. A ex-primeira-dama também possui 47 destaques, que variam entre contextos pessoais com receitas culinárias, projetos de assistencialismo e voluntariado, ações políticas, em evidente apoio ao seu marido, e diversos momentos do período eleitoral de 2024.

Enquanto Janja, se identifica com o @janjalula, possui 2.196 postagens, 2,8 milhões de seguidores e segue 1.252 contas. Sua biografia é: “Socióloga formada pela UFPR, MBA em Gestão Social e Sustentabilidade, Petista de carteirinha desde 83 e casada com um certo Pernambucano de Garanhuns”. Assim como Michelle, a primeira-dama também coloca um link disponível, mas que faz referência a um minidocumentário idealizado por ela própria junto a Jurema Werneck, médica e ativista feminista cofundadora da Criola, e Denise Dora, advogada e ativista feminista. Em contraste a ex-primeira-dama, Janja tem apenas um destaque com o tema: Lula livre.

Figura 13 - Prancha ‘A visualidade das redes sociais’



Fonte: elaborada pela autora, (2026).¹³

Ao serem posicionados paralelamente, percebe-se em ambos os perfis a repetição de simbolismos e performatividades, mesmo com as destoantes temáticas centrais e públicos-alvo de Michelle e Janja. Nesse sentido, as identidades de cada primeira-dama e sua posição no contexto em que são inseridas, seja no governo ou na sociedade no geral, são fatores essenciais para a reflexão e compreensão da Figura 13.

Certos gestos, expressões corporais e composições visuais condensam afetos intensos que sobrevivem ao tempo histórico. Essas fórmulas, carregadas de emoção e energia simbólica, ressurgem em diferentes contextos e épocas, como formas visíveis da memória cultural. São expressões do corpo em estado de excesso — da dor, da fúria, do êxtase

¹³ As imagens seguem separadas no APÊNDICE A para melhor visualização.

— que se manifestam em pinturas, esculturas, fotografias, filmes, memes, e em todo tipo de imagem comunicacional. (Portari, 2025, p. 207)

Neste recorte do perfil de Michelle Bolsonaro, são defendidas causas sociais relacionadas à proteção de animais, à preservação do meio ambiente e à atenção à saúde humanitária. Trata-se de postagens que atendem às expectativas sociais patriarcais associadas ao papel da primeira-dama e ao seu suposto dever perante ações voluntárias e assistencialistas, ao mesmo tempo que reforçam o ideal da primeira-dama como a mulher cuidadora da nação.

Para demarcar seu novo espaço no cenário político, como uma mulher que atua diretamente na construção e no desenvolvimento da sociedade por meio da política, e não apenas como acompanhante do líder da nação, Michelle publica duas postagens que evidenciam seu comprometimento com o cargo de presidente do PL Mulheres. Uma delas corresponde à capa de um *reels* de uma reunião do PL Mulheres na região Sul, em que a ex-primeira-dama aparece vestindo um terno azul-claro com detalhes florais e a palavra “imparável” em destaque. O termo remete a uma declaração de Jair Bolsonaro, proferida em 2021, durante uma interação com apoiadores em frente ao Palácio do Planalto: “Sou imorrível, imbrochável e também sou incomível”. A frase tornou-se, posteriormente, um dos lemas simbólicos de sua campanha, por impulsionar a idealização de sua masculinidade, resistência política e vigor corporal.

Michelle também enfatiza seu apoio político nacional às pautas do Partido Liberal e de Bolsonaro, como na imagem acompanhada da frase “Jesus não era de esquerda”, bem como seu alinhamento internacional, evidenciado por meio da fotografia de um círculo de oração pelo presidente estadunidense Donald Trump, então aliado político de Bolsonaro. Além disso, a presidente do PL Mulheres compartilha aspectos de sua vida privada, como agradecimentos pelo apoio à campanha de perfumes inspirados no casal, o “Mito”, associado a Bolsonaro, e o “Lady M”, vinculado à sua própria imagem, lançados pelo maquiador e influenciador Agustin Fernandez.

As fotografias de divulgação dos perfumes revelam, simultaneamente, uma certa intimidade do casal e um distanciamento simbólico em relação aos cidadãos brasileiros, perceptível nas cores, nos tecidos, nos recortes das vestimentas e nas gestualidades adotadas, que evocam um ideal estético de fineza e um padrão a ser alcançado. Também são publicados vídeos pessoais, como registros de sua gestação e momentos ao lado da família, das filhas e do marido, os quais performam um papel diretamente conectado aos seus princípios políticos e identitários, ancorados em bases familiares, cristãs, defensoras da vida e da mulher como guardiã do lar.

Por outro lado, Janja, ainda que também se alinhe a causas sociais, direciona suas postagens sobretudo à assistência humanitária associada às pautas femininas, como a defesa da distribuição gratuita de absorventes, o posicionamento público diante da violência contra a mulher e homenagens a brasileiras que marcaram a sociedade e contribuíram para a transformação da percepção contemporânea sobre o papel feminino. Ela se vincula, assim, não apenas às mulheres, mas à narrativa feminista que tensiona o estereótipo da mulher cristã defendido por Michelle.

Trata-se de uma mulher que, conforme propõe Judith Butler (2003), não se reduz a uma identidade fixa e essencializada, uma vez que o gênero é compreendido como uma construção performativa, produzida pela repetição de atos, comportamentos e discursos, e não como uma essência estável. Esse aspecto também se evidencia na ausência de fotografias com Lula em seu perfil, com exceção de uma imagem coletiva vinculada a um evento da agenda presidencial.

No que se refere à política, Janja reforça a noção de coletividade, como na postagem que apresenta a frase “vitória do povo brasileiro”, e mantém seu alinhamento às causas sociais ao defender os direitos das mulheres, o bem-estar da população em geral e as comunidades indígenas, pautas igualmente associadas ao presidente, ainda que ele não esteja presente nas imagens. Esse aspecto reitera a construção de uma imagem de mulher que fala por si mesma, sem depender da reafirmação masculina para legitimar suas posições e seus ideais identitários. A primeira-dama também evidencia sua participação em eventos oficiais e não oficiais da agenda presidencial e do campo político, mas mantém uma separação mais delimitada entre vida pública e privada, perceptível justamente pela menor exposição de imagens pessoais e íntimas em suas redes sociais.

O período escolhido para a captura das postagens de ambas foi o mesmo, com o objetivo de garantir que o comparativo se concentrasse nas narrativas construídas por cada uma e no simbolismo de seus papéis, seja durante o exercício da função de primeira-dama, seja após esse período, evitando momentos diretamente atravessados pelas campanhas eleitorais presidenciais. Ainda que o marco temporal inicial seja equivalente, a frequência de postagens difere entre elas, uma vez que Janja tende a publicar mais conteúdos no *feed*, enquanto Michelle utiliza com maior intensidade os *stories*. Isso torna inviável uma correspondência exata entre datas específicas. Assim, mesmo com um ponto de partida comum, as postagens permanecem atravessadas por temporalidades distintas, o que impacta, de forma intencional, a construção da prancha e a percepção do leitor diante das imagens quando reunidas em um mesmo conjunto, conforme propõe Georges Didi-Huberman (2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do caminho percorrido neste trabalho, é possível evidenciar distintas reflexões e desdobramentos acerca da maneira como as indumentárias de Janja e Michelle Bolsonaro colaboraram para a (re)significação da imagem da primeira-dama brasileira e para a construção de representatividade de gênero na política. Antes, entretanto, é necessário salientar que a metodologia e o referencial teórico utilizados na construção desta pesquisa demarcam a capacidade de transformação e mutação tanto das respostas aqui apresentadas quanto do próprio problema central. Isso ocorre porque as visualidades das imagens estão em constante mudança, acompanhando as transformações sociais e culturais daqueles que as observam, assim como o próprio conjunto imagético, que se expande à medida que novas figuras são realocadas, criadas e descobertas.

Destaca-se, ainda, que as imagens aqui expostas pertencem ao repertório pessoal da autora. Desse modo, embora sejam públicas e relacionadas às narrativas da moda, do gênero, da política e das redes sociais, foram evocadas nas pranchas em que se encontram e organizadas conforme uma interpretação própria. O percurso do trabalho inicia-se com a compreensão da moda como ferramenta de comunicação e como reflexo da identidade dos sujeitos, impactando, conforme reafirmam Monteiro (1997) e Paixão (2014), diretamente a construção social e as vertentes que formam a sociedade.

Parte-se, também, do entendimento do *Atlas Mnemosyne*, conforme interpretado por Georges Didi-Huberman (2018), que se baseia na observação de imagens e simbolismos retomados por diferentes visualidades que entrecruzam temporalidades diversas. Nesse sentido, o Atlas é compreendido como uma base metodológica que dialoga diretamente com o campo da moda, especialmente pelas repetições de tendências, tecidos, modelos, cortes e acessórios, além da necessidade de ambos de se articularem no campo visual para comunicar algo ao observador. Nesse momento, também é oferecida ao leitor uma breve introdução aos objetos de estudo e à materialidade que envolvem as primeiras-damas Janja e Michelle e seus perfis no Instagram.

No capítulo 2, a moda foi contextualizada como linguagem, uma vez que cada roupa representa a articulação de uma mensagem transmitida de um emissor, aquele que a veste ou a cria, para um receptor, aquele que a observa. Esse apontamento foi reforçado pela análise de Drumond (2019), que amplia a discussão para além do traje, incluindo o próprio corpo vestido como portador de simbolismos de pertencimento e posicionamento, inserindo o sujeito em uma rede de significados vinculados ao seu contexto histórico, social e cultural.

A partir desse ponto, os gestos, comportamentos e vestimentas das primeiras-damas passam a integrar a análise, uma vez que elas se configuram como figuras públicas que marcam a história e a cultura nacional. São apresentadas imagens de ambas, tanto na atualidade quanto no período em que assumiram o papel de primeira-dama, evidenciando as transformações de suas figuras e, conseqüentemente, de suas composições estéticas ao longo do tempo. Isso porque suas escolhas de vestimenta são compreendidas não apenas como expressões de gosto pessoal ou personalidade, mas como gestos políticos, por meio dos quais se identificam os papéis que exerceram e ainda exercem, bem como os valores que defendem.

Nesse contexto, é apresentada a primeira prancha (Figura 6), que enfatiza as roupas, desde a pintura de Isabella Clara Eugenia (1615) até momentos contemporâneos, como instrumentos comunicativos, especialmente em relação aos corpos femininos. A partir desse conjunto de imagens, torna-se evidente que a moda atua como um molde histórico na inscrição do poder sobre e através dos corpos femininos, definindo o ato de vestir-se como uma prática reiterada de politicidade, que contribui para a visibilidade, a autoridade e o reconhecimento das mulheres ao longo do tempo.

No capítulo 3, posicionam-se historicamente os corpos femininos e masculinos a partir do desenvolvimento de roupas associadas aos ideais da binaridade de gênero, com base nas reflexões de Perrot (2007), bem como na evolução desses trajes ao longo dos séculos. Considera-se, também, a perspectiva de gênero apresentada por Butler (2003) e Beauvoir (2016), que discute o posicionamento da mulher na sociedade e a distinção entre as expectativas construídas pela ideia social hegemônica de mulher e a subjetividade individual feminina. Isso porque o parâmetro feminino é estruturado por processos de manutenção social que direcionam os sujeitos a enquadramentos e caracterizações específicas.

São levantados, ainda, questionamentos sobre a participação e a inserção da mulher na política, frequentemente tratadas como uma necessidade de melhoria, quase em tom esperançoso, diferentemente da presença masculina, naturalizada como evidente e autoexplicativa nos espaços de poder. Essa percepção é reforçada pelo baixo número de mulheres que conseguem espaços de ocupação em cargos políticos e pela não institucionalização do papel de primeira-dama, posição que, como discutido, enfrenta obstáculos para sua consolidação desde Mariana Fonseca, reconhecida como a primeira primeira-dama do Brasil.

A primeira-dama como mulher e esposa do presidente, como ressalta Simili (2014), passa, a partir da posse de seu marido, a corresponder às expectativas de toda uma nação, tornando-se representante simbólica das mulheres brasileiras e da narrativa governamental,

sem, muitas vezes, dispor de abertura para questionar os protocolos e códigos sociais historicamente associados ao ideal de feminilidade. Nesse sentido, a Figura 10 organiza, em forma de constelação imagética, conforme propõe Georges Didi-Huberman (2018), imagens que evidenciam a presença de mulheres em posições de poder. No que se refere à primeira-dama, Janja e Michelle são apresentadas não apenas como suportes de representação política, mas como personagens em espaços de perpetuação e transformação de imaginários de gênero, autoridade e legitimidade construídos sob bases patriarcais. A Figura 10 também reúne diferentes temporalidades nas quais reaparecem performances em que a mulher surge, simbolicamente, como elemento de apoio à reafirmação da masculinidade masculina.

Já no capítulo 4, traça-se uma linha temporal das transformações e da consolidação dos meios midiáticos até a emergência das redes sociais e, posteriormente, do Instagram. Conforme aponta Recuero (2009), as redes sociais constituem ambientes de relações sociais caracterizados por intensa circulação de informações e produção de significados. Nesse contexto, figuras como as primeiras-damas utilizam essas plataformas para se comunicar com o público, reafirmar suas propostas e construir narrativas sobre o desenvolvimento do país.

A Figura 13 exemplifica esse processo ao apresentar o uso do Instagram como ferramenta de expressão política, permitindo que Janja e Michelle comuniquem seus valores e posicionamentos por meio das imagens que selecionam e publicam. Essa composição também permite a formação de uma constelação visual, conforme a abordagem warburguiana, evidenciando conexões e contradições entre os papéis que ambas exercem na sociedade.

Por meio de seus perfis, percebe-se a construção de proximidade com seus respectivos públicos e a utilização da rede social como uma extensão identitária. A elevada presença de brasileiros no Instagram, conforme indicam pesquisas da Publya e da Statista (2025), transforma essa plataforma em um meio estratégico de propagação das narrativas e performances de ambas em espaços políticos, públicos e privados.

A análise também se volta ao escrutínio público e ao julgamento coletivo aos quais as mulheres, especialmente aquelas inseridas na política, estão submetidas nas redes sociais. Expostas de forma contínua à observação pública, as primeiras-damas tornam-se alvo recorrente de comentários que avaliam suas aparências, vestimentas, comportamentos, atitudes e até mesmo sua legitimidade e posição no campo político, evidenciando a permanência de mecanismos de vigilância e normatização de gênero no ambiente digital.

As imagens que compõem a prancha “Imagens que queimam” resultam da articulação entre aquelas presentes nas Figuras 6, 10 e 13 e são analisadas conforme a perspectiva de Georges Didi-Huberman (2018). Elas propõem uma reflexão sobre a manifestação de tensões entre corpos femininos e masculinos, imaginados a partir da idealização de gênero de uma sociedade estruturada em bases patriarcais, bem como sobre a própria transformação dos significados atribuídos à figura da primeira-dama. Essa performance se desloca entre diferentes vertentes, que abrangem a mulher que acompanha o presidente, a mulher cuidadora da nação e a mulher enquanto sujeito autônomo. A retomada dessas imagens, assim como sua organização em nova montagem, evidencia sua potência metodológica e histórica, reafirmando sua relevância como instrumento de análise cultural, social e crítica.

¹⁴ As imagens seguem separadas no APÊNDICE A para melhor visualização.

As imagens ultrapassam a condição de meros dispositivos ilustrativos e se impõem como meios comunicativos visuais que sobrevivem simbolicamente às múltiplas temporalidades que atravessam e transformam os imaginários da moda, do gênero e da autoridade política. Assim, mais do que ilustrar, elas comunicam poder, performance e aparência, revelando vestígios de disputas históricas que ainda se manifestam no presente. Nesse contexto, a moda atua como elo na construção de identidades e na percepção cultural dos cidadãos brasileiros a partir da figura da primeira-dama, com ênfase nas performances de Janja e Michelle.

A partir dessa aproximação, emergem outras questões que não constituem o foco desta pesquisa e que, portanto, permanecem abertas para investigações futuras. Entre elas, destacam-se a maneira como a não institucionalização formal do cargo de primeira-dama contribui para a manutenção de expectativas tradicionais de gênero, as diferenças entre os códigos estéticos mobilizados por mulheres e homens em posições de poder e a existência de uma possível estética esperada para mulheres vinculadas ao campo político no Brasil. Também se evidencia a necessidade de refletir sobre como a cultura das redes sociais, marcada pela lógica dos comentários e da viralização, intensifica a vigilância sobre corpos femininos públicos, bem como sobre como a performance estética das primeiras-damas brasileiras se relaciona com a de outras lideranças femininas na América Latina.

Por fim, este trabalho busca contribuir para o debate acerca da elaboração de narrativas por meio das vestimentas, propondo um olhar sobre Janja e Michelle e identificando seus papéis na construção de representações sob a perspectiva de gênero no meio político, especialmente a partir da posição de primeiras-damas. Desse modo, conclui-se que as indumentárias e as visualidades mobilizadas por elas não se limitam a escolhas estéticas individuais, mas se configuram como elementos constitutivos de narrativas políticas, identitárias e de gênero que tensionam, reiteram e ressignificam o imaginário social atribuído à figura da primeira-dama no Brasil.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, Agda Patrícia Pontes de; SANTOS, Louise Isabela Soares Viana Florêncio dos. A roupa política: moda como estratégia midiática da primeira-dama Janja. **Revista Temática**, João Pessoa, 2025.
- BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.
- BRAGA, João. **História da moda no Brasil**: das influências às autorreferências. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo, Brasiliense, 1990.
- BOURDIEU, Pierre. **O campo político**. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, 2011.
- BUENO, Vitor de Araújo. **Camarada Cazé, dê a ordem: a circulação dos posicionamentos políticos de Casimiro Miguel na internet**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023.
- BUTLER, Judith. **Performative Acts and Gender Constitution**: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. Theatre Journal, 1988.
- BUTLER, Judith. **Bodies That Matter**: On the Discursive Limits of Sex. New York: Routledge, 1993.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Trad. Renato Ambrosio. São Paulo: SENAC São Paulo, 2008.
- CARVALHO, Pâmela Tavares de; GARCIA, Luciana Carmona. A (des)ordem do corpo: costuras entre moda e gênero. **dObra[s]**: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, 2022.
- CRANE, Diana. **Moda e identidade de gênero**: a construção social dos corpos. Trad. Cristiana Coimbra. São Paulo: SENAC São Paulo, 2006.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: SENAC São Paulo, 2006.
- DAVIS, Fred. **Moda, cultura e identidade**. São Paulo: SENAC São Paulo, 1992.
- DEBOM, Paulo. **Moda é comunicação**: experiências, memórias, vínculos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

DEMURU, Paolo; OLIVEIRA, Felipe Pimenta Rodrigues de. Corpo, vestuário e efeitos de autenticidade na política brasileira: análises sociossemióticas. **Dobras**, São Paulo, n. 37, 2023.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente**. História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Atlas, ou, O gaio saber inquieto**. Trad. Márcia Arbex e Vera Casa Nova. Belo Horizonte: UFMG, 2018.

DRUMOND, Kelly Fernanda Mayrink. **O discurso das roupas**: os *ethé* construídos pela imprensa a partir das indumentárias das primeiras-damas brasileiras. 2019. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

ECO, Umberto. O hábito fala pelo monge. *In*: ECO, Umberto *et al.* **Psicologia do vestir**. Lisboa: Assírio e Alvim, 1982. p. 7-20

FLÜGEL, John Carl. **A Psicologia das Roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. São Paulo: Cortez Editora, 2022.

FREITAS, Cristiane. **Moda, gênero e subjetividade**: saberes socialmente aprendidos. São Paulo: SENAC São Paulo, 2006.

FREITAS, Giovanna Verzelone Calábria de. **Moda enquanto discurso: vestimenta e gênero na construção do corpo político**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021.

GAMBA, Carla. **Reunião em que Bolsonaro aparece de chinelo teve piadas e provocações futebolísticas**. **O Globo**, 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/reuniao-em-que-bolsonaro-aparece-de-chinelo-teve-piadas-provocacoes-futebolisticas-23457294?versao=amp>. Acesso em: 27 set. 2025.

GUEDES, Ciça; MELO, Murilo Fiuza de. **Todas as mulheres dos presidentes**: a história pouco conhecida das primeiras-damas do Brasil desde o início da República. Rio de Janeiro: Máquina de Livros, 2019.

GIRARDI, Giovana. **CPX em boné usado por Lula significa complexo e não tem relação com facção criminosa**. Estadão Verifica, 14 out. 2022. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/amp/estadao-verifica/cpx-cupinxa-complexo-do-alemao/>. Acesso em: 27 set. 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2017.

GONÇALVES, Juliana Soares; FONSECA, Maria Gislene Carvalho; MATIAS, Barbara Maria Lima; COSTA, Verônica Soares da. Por que incomoda a corporeidade de Janja? Processos de produção do corpo como construção simbólica. *In*: SILVA, Fernanda Mauricio da; TASSIS, Nicoli; AZEVEDO, Rafael José; FERREIRA, Thiago Emanuel (org.). **Corpos em tempos e espaços: reflexões sobre historicidades dos processos comunicacionais**. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2022. p. 264-280.

HAUBERT, Mariana; AMOÊDO, Julia. **Janja veste na ONU casaco palestino que usou em 2024**. Poder360, 23 set. 2025. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-gente/janja-veste-na-onu-casaco-palestino-que-usou-em-2024/>. Acesso em: 27 set. 2025.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARQUES, Samuel. **Historicizando a moda: a potencialidade da indumentária preta como fonte histórica nas pranchas de Carlos Julião**. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2025.

MARZULLO, Luísa. **Roupas de Janja e Michelle Bolsonaro geram críticas machistas nas redes, mostra levantamento**. O Globo, 14 maio 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2023/05/roupas-de-janja-e-michelle-bolsonaro-geram-criticas-machistas-nas-redes-mostra-levantamento.ghtml>. Acesso em: 27 set. 2025.

MONTEIRO, Ana Paula. **A roupa fala: um estudo da comunicação não-verbal através da indumentária**. São Paulo: Summus, 1997.

NOVAK, Luciana; LEOTE, Rosane. A (des)ordem do corpo: costuras entre moda e gênero. **Anais do 19º Colóquio de Moda**, São Paulo, 2023.

NUNES, Débora Costa; SCHNEIDER, Greice; CAMPOS, Luana; MAIA, Ravena Sena. Pensar o tempo por imagens: gestos para fazer ver a Rede Historicidades. In: LAVINT (PPGCOM/UFS). **Historicidades: estranhas fabulações do tempo: figuras de historicidade, desafios conceituais e metodológicos**. Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, 2025. p. 24-39

OLIVEIRA, Sandra Ramalho E. **Moda também é texto**. São Paulo: Rosari, 2007.

OLIVERA, Sophia Assunção. **Zuzu Angel: dor, história e ícone**. 2022. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023.

PAIXÃO, Humberto Pires da; SOUSA, Kátia Menezes de. Da linguagem das roupas ao discurso da moda. **Revista da ABRALIN**. Goiás, 2014.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

PORTARI, Rodrigo. Montagem, anacronismo e comunicação: notas metodológicas a partir de Aby Warburg e Didi-Huberman. **Mídia e Cotidiano**, Niterói, set./dez. 2025.

PRECIADO, Paul. **Testo Yonqui**. Barcelona: Anagrama, 2014.

PRADO, Maria do Carmo. **História da moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

RIBEIRO, Sylvia. **Moda e política**: os caminhos da indumentária no poder. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo**: elementos para discussão. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, 2014.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. Métodos mistos: combinando etnografia e análise de redes sociais em estudos de mídia social. **Contracampo**, Niterói, 2015.

RECUERO, Raquel. **Métodos digitais e epistemologias emergentes no estudo do discurso em plataformas**. In: Encontro Anual Da Compós, 34., 2025, Curitiba. Anais [...]. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2025. p.1-21

SAMAIN, Etienne (org.). **Como pensam as imagens**. Campinas: Editora da Unicamp, 2018.

SANT'ANNA, Denise. **História da moda no Brasil**: das influências às autorreferências. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2007.

SIMMEL, Georg. **Sobre la aventura**: ensayos filosóficos. Barcelona: Ediciones Península, 1988.

SIMILI, Ivana Guilherme. Educação e produção de moda na Segunda Guerra Mundial: as voluntárias da Legião Brasileira de Assistência. **Cadernos Pagu**, Campinas, 2008.

SIMILI, Ivana Guilherme. A primeira-dama Maria Thereza Goulart e o costureiro Dener: a valorização da moda nacional nos anos 1960. **Revista História e Cultura**, Franca, 2014.

SILVA, Bruno Sanches Mariante. “Dona Sarah veste Dior”: o entrelaçamento de moda e assistência social na atuação da primeira-dama Sarah Kubistchek. **Diálogos**, Maringá, 2022.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas**: a moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

TERRA, Carolina Frazon. A relação entre comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Organicom)**, São Paulo, 2009.

WERNER, Bethânia Luisa Lessa. História política e estudos de trajetórias: os casos das primeiras-damas Orsina da Fonseca e Nair de Teffé. **Revista Discente Ofícios de Clio**, Pelotas, 2024.

APÊNDICE A

Este apêndice foi criado com o objetivo de visualizar as figuras separadas com maior clareza e amplitude. Neles são referenciadas as imagens utilizadas na montagem das pranchas (Figura 6, Figura 10 e Figura 13) desenvolvidas pela autora.

Figura 6: A expressividade de tecidos

1. Michelle na série Eu Acredito no Brasil. Publicação no Instagram (*Reel*). Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C5QgunHOX1m/>. Acesso em: 27 set. 2025.
2. Janja na recepção francesa. Publicação no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DKhLoOWO2mm/>. Acesso em: 27 set. 2025.
3. Desfile Vivienne Westwood. Reportagem “*Female power dressing on show in London*”. Disponível em: <https://www.fashionnetwork.com/news/Female-power-dressing-on-show-in-london,439247.html>. Acesso em: 27 set. 2025.
4. Olívia Dean no Festival Glastonbury. Reportagem “Quem é Olívia Dean e por que você deveria conhecê-la?”. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/quem-e-olivia-dean-e-por-que-voce-deveria-conhece-la/>. Acesso em: 27 set. 2025.
5. Sydney Sweeney na campanha da American Eagle. Reportagem “Sydney Sweeney estrela campanha da American Eagle e marca lança jeans inspirado na atriz”. Disponível em: <https://ffw.com.br/noticias/moda/sydney-sweeney-estrela-campanha-da-american-eagle-e-marca-lanca-jeans-inspirado-na-atriz/>. Acesso em: 27 set. 2025.
6. Modelitos Zuzu Angel. Página da Ocupação “Zuzu Angel”, do Itaú Cultural. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/ocupacao/zuzu-angel/>. Acesso em: 27 set. 2025.
7. Protesto da Minissaia. Reportagem “Minissaia: a história da peça que conquista as mulheres desde os anos 1960”. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/moda/minissaia-a-historia-da-peca-que-conquista-as-mulheres-desde-os-anos-1960/>. Acesso em: 27 set. 2025.
8. Cher na pista de dança. Matéria “Cher, 79 anos” (imagem: 1979 Cher Studio 54/Getty). Disponível em: <https://mondomoda.com.br/2025/05/20/cher-79-anos/1979-cher-studio-54-getty/>. Acesso em: 27 set. 2025.
9. Bustiê de Sabrina Carpenter. Reportagem sobre Sabrina Carpenter usando bustiê de cristal da Victoria’s Secret. Disponível em:

- <https://www.cosmopolitan.com/uk/fashion/celebrity/a62380421/sabrina-carpenter-victoria-secret-crystal-bustier/>. Acesso em: 27 set. 2025.
10. Pintura de Joana d’Arc. Página “Joana d’Arc: queimada viva em Rouen, França”. Disponível em: <https://ensinarhistoria.com.br/linha-do-tempo/joana-darc-queimada-viva-em-rouen-franca/>. Acesso em: 27 set. 2025.
 11. Zendaya no tapete vermelho. Reportagem “O que é method dressing? Estilo usado por Lady Gaga e Zendaya no tapete vermelho”. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2022/01/o-que-e-method-dressing-estilo-usado-por-lady-gaga-e-zendaya-no-tapete-vermelho.html>. Acesso em: 27 set. 2025.
 12. Retrato de Isabella Brant. Página “Isabella Brant (c. 1615), Peter Paul Rubens”. Disponível em: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1615-rubens-isabella/>. Acesso em: 27 set. 2025.
 13. Exposição de corsets. Obra da coleção do MoMA (The Museum of Modern Art). Disponível em: <https://www.moma.org/collection/works/58235>. Acesso em: 27 set. 2025.

Figura 10: A revolução do sexo frágil

1. Recepção de Janja e Lula no palácio Imperial do Japão. Publicação no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DHnASwSOkJ0/?igsh=NTludGk3bWtueHZj>. Acesso em: 30 set. 2025.
2. Foto campanha perfume Mito e Lady M. Publicação no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C7m8Pu5phtE/?igsh=ZmQ0aDQ2bHNheWcz>. Acesso em: 30 set. 2025.
3. Campanha que usa fotos para mostrar a falta de mulheres em cargos de poder. Reportagem publicada na Revista Galileu. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2015/10/campanha-usa-fotos-para-mostrar-falta-de-mulheres-em-cargos-de-poder.html#:~:text=Iniciativa%20tem%20como%20objetivo%20promover%20a%20igualdade%20no%20ambiente%20de%20trabalho&text=Olhe%20para%20seu%20local%20de,alto%20escal%C3%A3o%2C%20principalmente%20na%20pol%C3%ADtica>

- a. Acesso em: 30 set. 2025.
4. Foto Janja e Lula. Reportagem “Aos 80 anos, Lula faz corridinhas para mostrar vigor físico”. Publicação no site Poder360. Disponível em:
<https://www.poder360.com.br/poder-governo/aos-80-anos-lula-faz-corridinhas-para-mostrar-vigor-fisico/>. Acesso em: 30 set. 2025.
 5. Reportagem “Jornal apaga Hillary Clinton da foto” no dossiê sobre a morte de bin Laden. Publicação no site Expresso. Disponível em:
https://expresso.pt/dossies/dossiest_actualidade/dossie_morte_de_bin_laden/jornal-apaga-hillary-clinton-da-foto=f648025. Acesso em: 30 set. 2025.
 6. Ken apoiado em Barbie. Reportagem “Ryan Gosling arrasa nos vocais em performance perfeita de música tema de Ken em *I’m Just Ken*”. Publicação no site Hugo Gloss. Disponível em: <https://hugogloss.uol.com.br/filmes/ryan-gosling-arrasa-nos-vocais-em-performance-perfeita-de-musica-tema-de-ken-im-just-ken-assita/>. Acesso em: 30 set. 2025.
 7. Cena filme Não se preocupe querida. Pin no Pinterest (imagem ou conteúdo publicado na plataforma Pinterest). Disponível em:
<https://br.pinterest.com/pin/378724649934977366/>. Acesso em: 30 set. 2025.
 8. Quadro Histeria Feminina. Página sobre psicanálise no site ArthurBlade. Publicação no site arthurblade.com. Disponível em: <https://arthurblade.com/psicanalise/>. Acesso em: 30 set. 2025.
 9. Quadro Mariana Fonseca. Página “Museu do Senado guarda peças que contam a história do Brasil”. Publicação no site do Senado Federal (Notícias). Disponível em:
<https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2025/06/museu-do-senado-guarda-pecas-que-contam-a-historia-do-brasil>. Acesso em: 30 set. 2025.
 10. Casamento Lady Di. Reportagem “Momento mágico: curiosa história do vestido de noiva da princesa Diana”. Publicação no site Aventuras na História. Disponível em:
<https://aventurasnahistoria.com.br/noticias/almanaque/momento-magico-curiosa-historia-do-vestido-de-noiva-da-princesa-diana.phtml>. Acesso em: 30 set. 2025.
 11. Michelle em discurso presidencial. Discurso de Jair Bolsonaro no 7 de setembro — íntegra do pronunciamento no aniversário de 200 anos da Independência do Brasil. Publicação no portal *O Globo* (seção Política / Eleições 2022). Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/09/7-de-setembro-leia-a-integra-do-discurso-de-bolsonaro-no-aniversario-de-200-anos-da-independencia.ghhtml>. Acesso em: 30 set. 2025.

12. Sarah Kubitschek. Página “Brasília 60 anos — 2014: a festa de inauguração”.

Publicação no site do Senado Federal (Notícias). Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2020/05/brasilia-60-anos-2014-a-festa-de-inauguracao#:~:text=Ao%20inaugurar%20a%20sonhada%20nova%20capital%20do,d e%20satisfa%C3%A7%C3%A3o%20pelo%20cumprimento%20da%20%22meta%2Ds%C3%ADntese%22%20do>. Acesso em: 30 set. 2025.

Figura 13: A visualidade das redes sociais

1. Captura de tela de perfil no Instagram de Janja. Disponível em:

<https://www.instagram.com/janjalula/>. Acesso em: 30 set. 2025.

2. Captura de tela de perfil no Instagram de Michelle. Disponível em:

<https://www.instagram.com/michellebolsonaro/>. Acesso em: 30 set. 2025.

Figura 14: Imagens que queimam

1. Janja na recepção francesa. Publicação no Instagram. Disponível em:

<https://www.instagram.com/p/DKhLoOWO2mm/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

2. Sarah Kubitschek. Página “Brasília 60 anos — 2014: a festa de inauguração”.

Publicação no site do Senado Federal (Notícias). Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2020/05/brasilia-60-anos-2014-a-festa-de-inauguracao#:~:text=Ao%20inaugurar%20a%20sonhada%20nova%20capital%20do,d e%20satisfa%C3%A7%C3%A3o%20pelo%20cumprimento%20da%20%22meta%2Ds%C3%ADntese%22%20do>. Acesso em: 30 nov. 2025.

3. Michelle no discurso presidencial. Discurso de Jair Bolsonaro no 7 de setembro — íntegra do pronunciamento no aniversário de 200 anos da Independência do Brasil.

Publicação no portal *O Globo* (seção Política / Eleições 2022). Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/09/7-de-setembro-leia-a-integra-do-discurso-de-bolsonaro-no-aniversario-de-200-anos-da-independencia.ghml>. Acesso em: 30 nov. 2025.

4. Cena filme Não se preocupe querida. Pin no Pinterest (imagem ou conteúdo publicado

- na plataforma Pinterest). Disponível em:
<https://br.pinterest.com/pin/378724649934977366/>. Acesso em: 30 nov. 2025.
5. Foto Janja e Lula. Reportagem “Aos 80 anos, Lula faz corridinhas para mostrar vigor físico”. Publicação no site Poder360. Disponível em:
<https://www.poder360.com.br/poder-governo/aos-80-anos-lula-faz-corridinhas-para-mostrar-vigor-fisico/>. Acesso em: 30 nov. 2025.
 6. Ken apoiado em Barbie. Reportagem “Ryan Gosling arrasa nos vocais em performance perfeita de música tema de Ken em *I’m Just Ken*”. Publicação no site Hugo Gloss. Disponível em: <https://hugogloss.uol.com.br/filmes/ryan-gosling-arrasa-nos-vocais-em-performance-perfeita-de-musica-tema-de-ken-im-just-ken-assita/>. Acesso em: 30 nov. 2025.
 7. Desfile Vivienne Westwood. Reportagem “*Female power dressing on show in London*”. Disponível em: <https://www.fashionnetwork.com/news/Female-power-dressing-on-show-in-london,439247.html>. Acesso em: 27 nov. 2025.
 8. Cher na pista de dança. Matéria “Cher, 79 anos” (imagem: 1979 Cher Studio 54/Getty). Disponível em: <https://mondomoda.com.br/2025/05/20/cher-79-anos/1979-cher-studio-54-getty/>. Acesso em: 27 nov. 2025.
 9. Pintura de Joana d’Arc. Página “Joana d’Arc: queimada viva em Rouen, França”. Disponível em: <https://ensinarhistoria.com.br/linha-do-tempo/joana-darc-queimada-viva-em-rouen-franca/>. Acesso em: 27 nov. 2025.
 10. Quadro Mariana Fonseca. Página “Museu do Senado guarda peças que contam a história do Brasil”. Publicação no site do Senado Federal (Notícias). Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2025/06/museu-do-senado-guarda-pecas-que-contam-a-historia-do-brasil>. Acesso em: 30 nov. 2025.
 11. Campanha que usa fotos para mostrar a falta de mulheres em cargos de poder. Reportagem publicada na Revista Galileu. Disponível em:
<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2015/10/campanha-usa-fotos-para-mostrar-falta-de-mulheres-em-cargos-de-poder.html#:~:text=Iniciativa%20tem%20como%20objetivo%20promover%20a%20igualdade%20no%20ambiente%20de%20trabalho&text=Olhe%20para%20seu%20local%20de,alto%20escal%C3%A3o%2C%20principalmente%20na%20pol%C3%ADtica>. Acesso em: 30 nov. 2025.
 12. Foto campanha perfume Mito e Lady M. Publicação no Instagram. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/C7m8Pu5phtE/?igsh=ZmQ0aDQ2bHNheWcz>. Acesso

em: 30 nov. 2025.

13. Vídeo campanha perfume Mito e Lady M. Publicação no Instagram. Conteúdo publicado na plataforma Instagram. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/DC7O7i7Sts5/>. Acesso em: 30 nov. 2025.
14. Michelle Imparável. Publicação no Instagram. Conteúdo publicado na plataforma Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DCfO2Ivylpk/>. Acesso em: 30 nov. 2025.
15. Janja em discurso da Universidade Federal Indígena e do Esporte. Publicação no Instagram. Conteúdo publicado na plataforma Instagram. Disponível em:
https://www.instagram.com/p/DRku1S-ErCz/?img_index=1. Acesso em: 30 nov. 2025.
16. Foto Mulheres na COP 30. Publicação no Instagram. Conteúdo publicado na plataforma Instagram. Disponível em:
https://www.instagram.com/p/DRPpkUnjsk1/?img_index=1. Acesso em: 30 nov. 2025.
17. Discurso Janja COP 30. Publicação no Instagram. Conteúdo publicado na plataforma Instagram. Disponível em:
https://www.instagram.com/p/DRLkPzLDqng/?img_index=1. Acesso em: 27 nov. 2025.