

la@grandesite.com.br

POLÍTICA: O CASO DO BONÉ DO MST

CONTINO, Joana Martins; Doutora em Design, ESPM Rio; joanacontino@hotmail.com¹
ROSA JUNIOR, João Dalla; Doutor em Design; Faculdade Cesgranrio; joaodjr@gmail.com²

RESUMO

Moda e política andam juntas. Tanto pelo fato de a indústria da moda ser um importante setor econômico gerador de emprego e renda, quanto por seus produtos serem elementos tangíveis de expressão de subjetividades e de pertencimento. O foco deste trabalho está nesse segundo aspecto. Assim, tratamos da moda como elemento da cultura material e das roupas e adereços pessoais como expressão de identidades coletivas (CRANE, 2006).

Na história da moda, muitos símbolos de lutas sociais e movimentos políticos desfilaram (e desfilam) pelas ruas e passarelas. Basta lembrar dos trabalhos icônicos de Vivienne Westwood (1941-2022); do recente desfile da coleção Cruise da Dior, no México, com referência à Frida Kahlo; do show da Balenciaga na Semana de Moda de Paris em 2022 abordando a crise climática e a guerra na Ucrânia. A exposição desses signos torna os ideais que eles representam mais visíveis, fazendo assim com que alcancem pessoas e lugares a que talvez não chegassem. Mas pode-se argumentar que sua massificação e descontextualização banalizam lutas importantes.

O objetivo deste trabalho é debater sobre a relação entre símbolos políticos e o consumo de moda. Se, por um lado, a moda dá visibilidade a causas, ideias e valores, por outro, é possível afirmar que ela se apropria de lutas sociais, esvaziando símbolos e transformando-os em

¹ Professora e pesquisadora do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da ESPM Rio (MPGEC/ESPM) e nos bacharelados em Design e em Comunicação e Publicidade da ESPM Rio. Doutora e mestre pelo Programa de Pós-graduação em Design da PUC-Rio, suas pesquisas lidam com temas como design, design de moda, relações de trabalho, tecnologia, inovação social, cultura e economia criativa.

² Doutor em Design pela PUC-Rio. É docente na Faculdade Cesgranrio e no Instituto Superior de Educação do Rio de Janeiro (FAETEC). Com atuação nas áreas de artes, moda e design, sua experiência profissional se divide entre trabalhos de pesquisa em temas como projeto, cor e desenho e produções artísticas em figurino e cenografia.

Esta pesquisa bibliográfica e documental tem caráter exploratório e procura contribuir para a compreensão do fenômeno do consumo de ativismo. E, de modo a conferir materialidade à reflexão, apresentamos o caso do boné do MST, visto com cada vez mais frequência em cabeças de pessoas que não tem ligação efetiva com o Movimento Sem Terra, mas que são simpatizantes à causa.

Por meio da análise de notícias, de conteúdos que circulam nas redes sociais e de artigos científicos sobre o MST e o boné, pretendemos investigar quais parâmetros pautam o debate sobre o consumo e a utilização do boné (DOMINGUES; MIRANDA, 2020). O foco de análise se concentra no modo como os valores simbólicos contidos nele são percebidos pelos usuários ou descritos pelos documentos analisados e são confrontados com a ideologia capitalista (MARX; ENGELS, 2007).

Assim, perseguimos a seguinte questão: existe diferença entre o boné do MST como ícone de moda, camisetas com dizeres feministas em lojas de departamentos ou desfiles de marcas de luxo que abordam questões socioambientais?

No desenvolvimento do artigo, declaramos que sim. Há diferenças e elas se ancoram nos processos de apropriação cultural, na luta de classes, na expressão da branquitude, na distinção e no luxo, entre outros fatores. A pesquisa nos mostra que a dimensão material do boné e a forma de produção dos artigos de vestuário criam uma tensão no consumo do produto que reverbera em visões de mundo sobre temas como trabalho, ética e ativismo. É na confluência desses conceitos que pretendemos contribuir para o debate, aprofundando a abordagem do tema.

Palavras-chave: Consumo de moda; Política; Boné do MST.

Referências:

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social:** classe gênero e identidade das roupas. São Paulo, SP: Senac São Paulo, 2006.



representantes Feuerbach, B. Bauer e Stimer, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas. São Paulo, SP: Boitempo, 2007.