



## MODA, CELEBRIDADES E ATIVISMO POLÍTICO

Lopes, Jenara Miranda; Doutoranda; PUCRS, jenara.lopes@edu.pucrs.br<sup>1</sup>

### RESUMO

A moda é, talvez, a maneira mais aberta e democrática de se comunicar escolhas, estilos de vida, comportamento e ideologias. Celebidades – de um modo geral – e estrelas de cinema e televisão – de modo específico – são tidos como padrões-modelo de beleza, comportamento e estilo de vida, incluindo escolhas políticas e ideológicas. Estas, inclusive, são conhecidas por dar grande visibilidade não apenas às produções e marcas com as quais se associam, mas também para às causas que defendem. Quando a moda é utilizada como forma de divulgar essas escolhas ideológicas, torna-se ainda mais facilitada a adoção, por parte dos fãs, dessas condutas. As camisetas tornam-se um meio democrático de difusão de ideais e de comunicação de posicionamentos políticos, seja de maneira explícita, representando candidatos ou movimentos ativistas pontuais, ou de maneira sutil, ao se optar pelo consumo/uso de camisetas que representem um determinado posicionamento ideológico. A escolha da cor também é bastante significativa. Partindo do pressuposto de que moda e celebridades são facilitadoras da comunicação com o público, este trabalho, ainda em sua fase inicial, pretende investigar a importância da presença de celebridades e do uso da moda, especialmente da camiseta, como ferramenta de identificação e de protesto em diversos movimentos ideológicos ocorridos no Brasil e nos Estados Unidos ao longo dos anos de 2017 e 2018, como o movimento brasileiro “Mexeu com uma, mexeu com todas”, o norte-americano “Time’s Up” – lançado na cerimônia de premiação do Globo de Ouro – e, mais recentemente o Bolsonarismo, nas eleições brasileiras de 2018. Para tanto, foram usados, como base desta investigação, autores como Marshall McLuhan, Malcolm

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação Social pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Mestre em Comunicação Social pelo PPGCom/PUCRS, Especialista em Imagem Publicitária e Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e pela Famecos/PUCRS. Designer. Bolsista Capes Prosuc.



Barnard, Edgar Morin, Diana Crane, entre outros, a fim de determinar de que modo a presença de celebridades e o uso do vestuário/camiseta se estabelecem como elemento de comunicação e de identidade visual de movimentos políticos e ideológicos e de que modo essas “marcas” reforçam a relação do público com o ativismo.

**Palavras-chave:** Moda; Mídia; Ativismo político.

