

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - CAMPUS SÃO BORJA
COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

SOFIA BEZERRA SILVA SANTOS

**MODA E COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA: UMA INVESTIGAÇÃO DA
PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A IMAGEM PÚBLICA DA
PRIMEIRA-DAMA JANJA EM SUA RELAÇÃO COM A MODA**

SÃO BORJA

2024

SOFIA BEZERRA SILVA SANTOS

**MODA E COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA: UMA INVESTIGAÇÃO DA
PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A IMAGEM PÚBLICA DA
PRIMEIRA-DAMA JANJA EM SUA RELAÇÃO COM A MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Comunicação Social - Habilitação em
Publicidade e Propaganda da Universidade Federal
do Pampa, como requisito parcial para obtenção do
Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Juliana Zanini Salbego.

SÃO BORJA

2024

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

S237m Santos, Sofia Bezerra Silva

Moda e Comunicação na Política: Uma investigação da
percepção das mulheres sobre a imagem pública da primeira-dama
Janja em sua relação com a moda / Sofia Bezerra Silva Santos.
115 p.

Tese(Doutorado)-- Universidade Federal do Pampa,
COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA, 2024.
"Orientação: Juliana Zanini Salbego".

1. Comunicação. 2. Moda . 3. Politica . 4. Consumo . 5.
Janja . I. Título.

SOFIA BEZERRA SILVA SANTOS

**MODA E COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA: UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO DAS
MULHERES SOBRE A IMAGEM PÚBLICA DA PRIMEIRA-DAMA JANJA
EM SUA RELAÇÃO COM A MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em 05 de dezembro de 2024

Banca examinadora:

Profa Dra Juliana Zanini Salbego

Orientadora
(Unipampa)

Profa Dra Denise Aristimunha de Lima

(Unipampa)

Profa Dra Carmen Regina Abreu Gonçalves
(Unipampa)



Assinado eletronicamente por **JULIANA ZANINI SALBEGO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 06/12/2024, às 10:57, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **DENISE ARISTIMUNHA DE LIMA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 06/12/2024, às 14:26, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **CARMEN REGINA ABREU GONCALVES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/12/2024, às 18:28, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1618196** e o código CRC **FFFC3AF7**.

Às mulheres que com determinação, coragem e resiliência assumiram posições de poder mesmo diante de julgamentos e barreiras. Que este trabalho sirva como reconhecimento da sua força e inspiração para outras.

AGRADECIMENTO

Este agradecimento só poderia começar com eles meus pais, Marconi Bezerra e Andreia Silva, não consigo nem colocar em palavras o quanto eu amo vocês e o quanto vocês são essenciais em minha vida, muito obrigada pelo apoio incondicional, obrigada pela cuidado, obrigada pelas conversas, obrigada por entenderem o meu silêncio, obrigada por estarem sempre ao meu lado, obrigada pelas ligações de video nesses três anos e obrigada por sempre me ouvirem e me entenderem. Obrigada por me encorajarem a viver essa aventura no Rio Grande do Sul, mesmo que em todas as ligações vocês tenham brincado falando para eu transferir rs, amo vocês de uma forma que nem consigo mensurar.

Agradeço os meus pequenos, não importa o quanto vocês cresçam sempre serão pequenos, os meus irmão, João Pedro e Athos, amo muito vocês.

Agradeço às minhas tias por sempre me apoiarem e me darem forças para realizar tudo que quiser, Maria Sebastiana, Leda Viana, Selma Maria, Regina Célia e Leila Bezerra. E ao meu tio leula Pereira.

Agradeço aos meus primos pelo apoio e cuidado, Beatriz Viana, Carlos Eduardo, Ellen Souza, Elaine Santos, Maria Eduarda e Pedro Pereira.

Agradeço as minhas avós Maria Valneide e Zeneide Pereira, pelo amor, cuidado, carinho e por todas as bênçãos.

Um agradecimento especial ao meu avô José Ribamar, sei o quanto você iria gostar de me ver finalizando essa fase da minha vida, te carrego em meu coração em todo esse percurso, muito obrigada pelo cuidado em todos esses anos e apoio, obrigada por todas as ligações que o senhor não me reconhecia mas me dizia o quanto eu era bonita e me chamava para tomar um café, desculpa por nao ter ido vô. Te amo eternamente.

Agradeço aqueles que me fizeram realmente entrar no mundo universitário, um grupo autointitulado “Multiverso” porque sim a gente criou o nosso próprio universo e vivemos o máximo de tudo que podíamos nele. Obrigada Gabriel Andrade, Nauber Junior, Maria Luisa Melo, Bruno Castilhos, George Bartolomé, Edson Leandro, Guilherme Mituo, João Victor Oleques, Maria Luiza Lagreca, Filipi Lago, Brendha Valandro, Julia Dalben e Leticia Silva.

Agradeço ao meu grupinho das garotas o Putárias, sem essas cinco minha graduação não seria metade do que foi, obrigada por viverem essa aventura comigo

e me ajudarem nos mais absurdos assuntos. Maisa Elis, Maria Eduarda Sá, Mariana Tavares, Maria Fernanda Corcetti e Alexandra Zubiaurre.

Para essas duas eu realmente tinha que reservar um espaço especial, agradeço a Maria Fernanda Corcetti e a Alexandra Zubiaurre, a minha panelinha, sem essas duas eu com certeza não teria toda a empolgação para viver a unipampa, desde o google meet já sentia que viveríamos algo especial, obrigada por todos os trabalhos juntas, fofocas, surto, obrigada por terem entendido a minha forma meio estranha de amar e obrigada por de uma forma ou de outra sempre estarem ali. Amo vocês.

Agradeço as que se tornaram a minha casa mesmo eu estando a 1.815,6 km da minha residência. Raquel Cardoso, Isabelly Barbosa, Luana Escobar, Karen Alves, Bárbara Carvalho, Thayna Fendt e Giovanna Vitoria. Muito obrigada pelas risadas, surtos, conversas de madrugada, conselhos tortos e muito muito carinho.

Agradeço à minha orientadora Prof.^a Dr.^a Juliana Salbego pelo suporte e parceria nessa etapa tão importante da minha graduação.

E por fim agradeço a Unipampa e a São Borja, nada me faria imaginar o que esta cidade na fronteira oeste do Rio Grande do Sul me reservava.

"A roupa é uma das primeiras coisas que informa as pessoas sobre o que se espera de nós em termos de gênero, comportamento e lugar social. Ela é política e carrega códigos que nem sempre escolhemos conscientemente, mas que nos afetam profundamente."

Thais Farage e Mayra Cotta (2021)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral identificar as principais percepções femininas à imagem pública da primeira-dama Janja e sua relação com a moda. Para atingirmos esse objetivo, temos como objetivos específicos aproximar os conceitos de moda, consumo e política; situar a primeira-dama Janja no contexto da política e destacar sua relevância dentro do contexto da moda e investigar como a imagem de Janja influencia na percepção da política pelo público feminino. Neste sentido, propomos discussões e relações teóricas trazendo os conceitos de consumo através dos autores Everardo Rocha (2006) e Barbosa e Campbell (2006) em conjunto com a reflexão em torno da recepção, comunicação e consumo através das autoras Maria Amélia Abrão (2010) e Maria Aparecida Baccega (1998). Abordamos o conceito de imagem pública política a partir de Gomes (2004) e Maria Helena Weber (2004). Em relação ao conceito de moda e sua relação com o universo das mulheres, apontamos a perspectiva de Crane (2006), Palomino (2010), Cotta e Farage (2021) e, por fim, Chataignier (2010). Por último, expressamos algumas observações sobre a relação da mulher e a política por meio da autora Marcia Tiburi (2018). Como caminho metodológico trabalhamos com uma pesquisa qualitativa exploratória começando pela pesquisa bibliográfica; uma análise de conteúdo (Bardin, 1997) a partir dos comentários de uma postagem realizada pela Janja e, por fim foi realizada uma análise das respostas de um questionário semi-estruturado enviado às mulheres que interagiram com este post, no intuito de aprofundar suas percepções sobre a imagem de Janja. O corpus de pesquisa foi constituído pelas impressões que as mulheres que acompanham a atual primeira-dama Rosângela Lula da Silva em suas redes sociais, mais especificamente, as que interagiram com um post selecionado que a mesma fez no Instagram. De acordo com as análises das respostas que as mulheres que acompanham a Janja nos forneceram, podemos pautar que a moda é comumente vinculada a sua pessoa e que a forma que a mesma se comunica através de suas vestimentas tem forte impacto em seu público, esse impacto podendo ser negativo ou positivo.

Palavras-Chave: Moda, Mulher, Política, Comunicação, Consumo, Janja.

ABSTRACT

The general aim of this study is to identify the main female perceptions of First Lady Janja's public image and its relationship with fashion. In order to achieve this goal, we have the specific objectives of bringing together the concepts of fashion, consumption and politics; situating First Lady Janja in the context of politics and highlighting her relevance within the context of fashion; and investigating how Janja's image influences the perception of politics by the female public. In this sense, we propose discussions and theoretical relationships, bringing in the concepts of consumption through the authors Everardo Rocha (2006) and Barbosa and Campbell (2006), together with reflections on reception, communication and consumption through the authors Maria Amélia Abrão (2010) and Maria Aparecida Baccega (1998). We approached the concept of political public image through Gomes (2004) and Maria Helena Weber (2004). With regard to the concept of fashion and its relationship with the world of women, we point to the perspective of Crane (2006), Palomino (2010), Cotta and Farage (2021) and, finally, Chataignier (2010). Finally, we express some observations on the relationship between women and politics through the author Marcia Tiburi (2018). As a methodological approach, we worked on exploratory qualitative research, starting with bibliographical research; content analysis (Bardin, 1997) based on the comments on a post made by Janja and, finally, we analyzed the answers to a semi-structured questionnaire sent to the women who interacted with this post, in order to deepen their perceptions of Janja's image. The research corpus was made up of the impressions of the women who follow the current first lady Rosangela Lula da Silva on her social networks, more specifically, those who interacted with a selected post she made on Instagram. According to the analysis of the responses provided by the women who follow Janja, we can see that fashion is commonly linked to her and that the way she communicates through her clothing has a strong impact on her audience, which can be negative or positive.

Keywords: Fashion, Women, Politics, Communication, Consumption, Janja.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tabela sobre a participação das mulheres na política brasileira	24
Figura 2 - Ilustração do estilo alternativo século XIX.....	31
Figura 3 - Imagem da primeira-dama Janja	34
Figura 4 - Imagem do atual presidente Lula com a Janja	35
Figura 5 - Instagram da Janja.....	37
Figura 6 - Postagem realizada no instagram da Janja.....	37
Figura 7 - Detalhe do número de curtida e comentários no post do Instagram...38	
Figura 8 - Gráfico análise dos comentários	43
Figura 9 - Nuvem de palavras principais análise comentários	44
Figura 10 - Exemplo de comentário positivo	44
Figura 11 - Exemplo de comentário negativo	44
Figura 12 - Idade das respondentes questionário	46
Figura 13 - Onde conheceu a primeira dama Janja?	46
Figura 14 - Você segue a primeira dama Janja em suas redes sociais?.....	47
Figura 15 - Visão sobre a primeira dama, positiva ou negativa	48
Figura 16 - Respostas pergunta 9- positivas	48
Figura 17 - Respostas pergunta 9- negativas	49
Figura 18 - Resposta pergunta 9 - negativas 2	49
Figura 19 - Resposta pergunta 9 - negativas 3	49
Figura 20 - Você relaciona a imagem da Janja a questões de moda?.....	50
Figura 21 - Respostas pergunta 11- positivas	51
Figura 22 - Respostas pergunta 11 - negativas 2.....	51
Figura 23 - As vestimentas de Janja em eventos são adequadas?	52
Figura 24 - Respostas pergunta 16 - positivas	52
Figura 25 - Resposta pergunta 16 - negativas	53
Figura 26 - Respostas pergunta 16 - negativas 2	53
Figura 27 - Janja prioriza marcas nacionais	54
Figura 28 - Relevante o fato da Janja usar marcas nacionais	54
Figura 29 - Resposta pergunta 14 - positiva	54
Figura 30 - Resposta pergunta 14- positiva 2	55
Figura 31 - Resposta pergunta 14- positiva 3	55
Figura 32 - Resposta pergunta 14 - negativa	55
Figura 33 - Interesse em participar da entrevista	55

Figura 34 - Resposta forma de contato	56
Figura 35 - Contato pelo Whatsapp com uma respondente	56
Figura 36 - Contato pelo Whatsapp com uma respondente 2	57

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. RELAÇÕES ENTRE CONSUMO E IMAGEM PÚBLICA.....	18
2.1. Consumo e recepção.....	18
2.2. Imagem Pública Política.....	20
2.3. A imagem da mulher na política.....	22
3. MODA, MULHER E POLÍTICA.....	26
3.1 Moda como um meio de comunicação.....	26
3.2 Moda um ato político.....	27
3.3 A relação da imagem da mulher e a moda.....	28
4. PERCURSO METODOLÓGICO.....	33
4.1. Objeto de estudo.....	33
4.1.1 Janja e o seu relacionamento com a moda.....	34
4.1.2 Recorte do objeto: Janja no instagram.....	35
4.2 Estratégias Metodológicas.....	38
4.2.1 Análise bibliográfica.....	38
4.2.2 Análise de conteúdo dos comentários da postagem para seleção das pesquisadas (Recrutamento).....	38
4.2.3 Questionário semi-estruturado.....	40
5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E ANÁLISE.....	42
5.1 Etapa 1: Categorização dos comentários.....	42
5.2 Etapa 2: Análise das respostas do questionário.....	44
5.2.1 - Comportamento de consumo nas redes sociais.....	45
5.2.2 Relação entre moda e política.....	47
5.2.3 Janja e sua relação com a moda.....	49
5.2.4 Janja e as marcas nacionais.....	52
5.3 Etapa 3: Entrevista.....	54
5.4 Discussão dos resultados.....	57
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58

REFERÊNCIAS.....	61
APÊNDICE.....	64

1. INTRODUÇÃO

A moda, muitas vezes, é classificada como o uso de um objeto que só é utilizado para consumo, adquirindo um caráter superficial, quando, na verdade, a mesma carrega uma grande bagagem de signos e significados, sendo um aspecto individual de expressão dos sujeitos, uma forma do mesmo se comunicar dentro do ambiente que está inserido. De acordo com Palomino (2010) a moda é um sistema que está ligado ao contexto político¹, social e sociológico que o indivíduo vivencia no seu cotidiano. É por meio das vestimentas que um indivíduo pode conseguir se expressar e transmitir os seus valores, crenças e humor.

Durante o desenvolvimento do capitalismo, da burguesia e do processo de urbanização, a moda foi um importante fator que contribuiu para o desenvolvimento da individualização dos sujeitos e para a formação de coletivos de grupos que compartilhavam dos mesmos valores. A moda atua como um fator comum que liga esses sujeitos formando uma comunicação de identidade de classe. Segundo Valle e Gimenez (2021) a moda pode atuar como uma expressão coletiva política e fortalecer grupos e bandeiras, a mesma também é um fator demarcatório da desigualdade de classes e é desenvolvida por meios capitalistas.

Além de atuar como uma forma de expressão, a moda é utilizada como um meio de demarcação de classes sociais, uma forma de manutenção das classes dominantes. Assim, a partir da ampliação do capitalismo, solidificaram-se os processos de comercialização da moda em busca de lucros que favorecem essas mesmas classes dominantes. Essas relações de poder que envolvem o mundo da moda também estão ligadas a questões de desigualdade de gênero, o ato de se vestir para as mulheres é uma questão muito mais profunda e delimitada do que para os homens, de acordo com Cotta e Farage (2021):

A roupa é a expressão material da nossa insistência em ocupar o mundo do trabalho e representa uma prática constante de negociação entre o que nos é imposto e o que queremos [...] a maioria de nós nem sequer se pergunta como gostaria de ser vestir para o trabalho, pois estamos ocupadas demais buscando uma roupa que nos ajude a pertencer.(Cotta; Farage, 2021, p.12).

¹ Neste momento do texto, a palavra política está ligada ao seu sentido mais amplo, de procedimentos ligados à pólis (cidade-estado), durante esse trabalho a mesma assumirá um sentido mais estrito, com referência à atividade governamental, que será discutido de forma mais extensa no item de referencial teórico.

Nesse sentido, chegamos ao ponto contraditório da moda, que pode desenvolver uma esquematização de poder que busca incluir e fazer todos se sentirem parte de algum grupo ao mesmo tempo que segrega.

Segundo Canclini (1997, p.13) a ação de exercer a cidadania, em nossa sociedade contemporânea, está ligada à capacidade que uma pessoa tem de se apropriar de bens de consumo e a maneira como as utiliza. Em vista disso, a moda é um sistema, na qual um bem de consumo, pode assumir diferentes significados na sociedade de acordo como é apresentado. Na sociedade atual, as identidades dos cidadãos são formadas, em grande parte, pelo consumo, de acordo com o que se consome ou se deseja consumir. Entrando no contexto de uma sociedade na qual o consumo assume caráter político, quando nos apropriamos de um bem de consumo, estamos definindo e expondo o que temos como algo valioso dentro da sociedade, o que nos define e distingue dos outros.

Esse conjunto de fatores fortalece a percepção de que a moda pode ser um grande símbolo político, pois a mesma está ligada aos interesses pessoais de um indivíduo e a aspectos do coletivo, atuando como um forte signo dentro dos movimentos sociais e grupos que compartilham dos mesmo ideais.

Como uma ferramenta política pode ser utilizada de diferentes formas, sujeitos que estão envolvidos no meio político governamental são grandes líderes de opinião, pessoas que conseguem influenciar um considerável número de pessoas em pensamentos, atitudes e comportamentos. Dessa maneira, a moda entra como uma ferramenta que pode afastar ou aproximar o interesse do coletivo para o ambiente da política institucional, dependendo da abordagem e estratégia utilizadas.

Dentro desse contexto, trazemos a presença das mulheres ligadas à política governamental, algo que, no Brasil, ainda é limitado apesar dos avanços legislativos, como, por exemplo, a Lei das Cotas de 1997, na qual se exige que, pelo menos, 30% das candidaturas dos partidos sejam femininas. O direito ao voto, que foi conquistado apenas em 1932, por meio de diversas manifestações femininas, é um aspecto fundante da difícil relação de pertencimento das mulheres com o ambiente da política governamental. Mesmo com essas reformas, dados da União Interparlamentar indicam que as mulheres compõem apenas 17,7% da Câmara dos

Deputados. Ainda, conforme o G1 ²(2023), a violência na política e a falta de recursos para as candidatas mulheres afasta a imagem feminina do espaço.

Nesse cenário, é possível destacarmos a atual primeira-dama Janja, na qual sua relação com a moda tem gerado bastante atenção, uma vez que ela recebe, pela mídia e redes sociais, com frequência, comentários e destaques em relação ao seu vestuário. Janja já destacou, em diferentes espaços sociais, que sempre busca se comunicar e se posicionar pelas suas vestimentas.

Rosângela da Silva, mais conhecida como Janja, é uma socióloga formada pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), tendo especialização em história e MBA em gestão social e sustentabilidade pela Universidade Positivo, nasceu em União da Vitória, no Paraná. De acordo com a CNN (2022), ela já atuou em empresas como Croma Engenharia, na Usina Hidrelétrica Barra Grande e na Itaipu Binacional, hidrelétrica localizada no Rio Paraná. Além de ter sido professora universitária de sociologia nos cursos de administração, economia, ciências contábeis e engenharia. A mesma se filiou ao Partido dos Trabalhadores (PT) aos 17 anos, se intitulando como uma 'petista de carteirinha', sendo de acordo com a CNN (2022) conhecida por militar pela proteção dos animais e pelo direito das mulheres.

Durante as eleições de 2023, Janja teve um forte destaque no mundo da moda. Em uma entrevista para a Vogue Brasil³ em 2023, a mesma aponta o seu interesse pela moda nacional, salientando que “a moda não é só um aspecto muito importante da cultura brasileira como é um motor da economia.” Durante a entrevista, destacou também que quer carregar os estilistas brasileiros onde for, com a intenção de mostrar para o mundo a moda nacional.

Atualmente Janja ocupa um papel de grande destaque na política brasileira. O jornal francês Le Monde⁴ destaca a influência política de Janja no governo e as

² **Mulheres na política: os obstáculos e as violências que dificultam a representatividade feminina** - e prejudicam a democracia. Disponível em: <<https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2023/03/08/mulheres-na-politica-os-obstaculos-e-as-violencias-que-dificultam-a-representatividade-feminina-e-prejudicam-a-democracia.ghtml>>. Acesso em: 23 abr. 2024.

³ **Janja fala sobre o look da posse, seu interesse pela moda, rebate críticas e diz: “Não precisam me chamar de primeira-dama”**. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/atualidades/noticia/2023/01/janja-fala-sobre-o-look-da-posse-seu-interesse-pela-moda-rebate-criticas-e-diz-nao-precisam-me-chamar-de-primeira-dama.ghtml>>. Acesso em: 21 nov. 2024.

⁴MEYERFELD, B. “Janja,” **Brazil’s first lady and Lula’s “vice-president”**. Le Monde, 5 nov. 2023.

iniciativas que a mesma está desenvolvendo contra o feminicídio. O artigo traz como indicativos de sua popularidade o seu número de seguidores no Instagram (2,3 milhões) e a sua presença em diferentes agendas políticas como a participação nas sessões do G20 em Nova Delhi. De acordo com isso, ressaltamos uma pesquisa realizada pela Harvard Kennedy School⁵, na qual é enfatizado que a representação de mulheres na política tem um efeito multiplicador, o que significa que outras mulheres se tornam mais engajadas nas discussões políticas.

Diante deste contexto, buscamos investigar, por meio da relação que a primeira-dama Janja estabelece com a moda, as formas como as mulheres que a acompanham na rede social, pensam em relação a sua imagem pública e de que maneiras elas se projetam e se reconhecem através de Janja. Com isso, a **questão de pesquisa** deste trabalho indaga: Como as mulheres percebem a imagem pública da primeira-dama Janja a partir da relação que ela estabelece com a moda?

De acordo com a problemática apresentada, o trabalho tem como **objetivo geral** identificar as principais percepções femininas em relação a imagem pública da primeira-dama Janja e sua relação com a moda. Como **objetivos específicos, desenvolvemos**: **a)** aproximar os conceitos de moda, consumo e política; **b)** situar a primeira-dama Janja no contexto da política e destacar sua relevância dentro do contexto da moda; **d)** investigar como a imagem de Janja influencia na percepção da política pelo público feminino.

Para atingirmos tais objetivos, utilizamos a metodologia de uma pesquisa qualitativa exploratória a partir de pesquisa bibliográfica. Realizou-se, também, uma análise de conteúdo a partir dos comentários de uma postagem realizada no Instagram de Janja e, por fim, foi realizada uma análise das respostas de um questionário semi-estruturado enviado às mulheres que interagiram com este post, no intuito de aprofundar suas percepções sobre a imagem de Janja.

Como justificativa científico-teórica realizamos o estado da arte nas plataformas Google acadêmico, SciELO e Periódicos CAPES, onde utilizamos as seguintes palavras para pesquisa: “moda” “consumo” “política” “janja” e “imagem pública”. Nas plataformas SciELO e Capes não encontramos nenhum resultado relevante para a presente pesquisa, utilizando somente as palavras-chaves “moda” e “política”, conseguimos achar trabalhos voltados para estratégia de marketing, uma

⁵ **Gender & politics.** Disponível em: <<https://www.hks.harvard.edu/centers/wapp/research/gender-politics>>. Acesso em: 14 maio. 2024.

vertente diferente da que pesquisamos. Já na plataforma Google acadêmico no dia 06 de maio de 2024 encontramos 130 resultados, que damos destaque para 2 trabalhos: o artigo que leva o seguinte título “AS PRIMEIRAS-DAMAS NO CONTEXTO ELEITORAL: uma análise comparativa da imagem pública de Janja Lula e Michelle Bolsonaro” que foi desenvolvido por Gabrielle Marques e Rayza Sarmiento (2023), disponível no site da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política (Compólitica). O artigo aborda a construção de imagem pública de Janja Lula e Michelle Bolsonaro, na campanha eleitoral de 2022, focado nas notícias publicadas pelo O Globo e nas postagens realizadas em seus perfis pessoais no Instagram. O trabalho de conclusão de curso “Digite m.o.d.a e “confirma”: personal branding como processo de escolha na política” que foi realizado pela autora Karla Oliveira (2017) para o curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade, na Universidade de Brasília, apresentou uma proposta que busca evidenciar os conceitos de branding e personal branding de um indivíduo como uma marca dentro do ambiente político, ilustrando que as vestes do candidato político João Doria Jr. são capazes de influenciar as escolhas individuais dos eleitores. Os dois trabalhos abordam conceitos semelhantes à proposta de pesquisa em desenvolvimento mas, de modo geral, ambos focam nas estratégias de comunicação utilizadas com a moda na política.

A justificativa social está ligada ao entendimento sobre o relacionamento que as mulheres estabelecem com a política, a forma como as mesmas estão inseridas nesse ambiente e como se aproximam do mesmo conectado à moda e à figura da Janja. Queremos, assim, compreender como se faz essa aproximação entre os conceitos de moda, política, consumo e o objeto apresentados, buscando trazer reflexão e resultados sobre esses relacionamentos. Ademais, este tipo de pesquisa tem possibilidade de colaborar no entendimento das formas pelas quais as mulheres podem potencializar a sua presença na política governamental junto aos seus públicos, fortalecendo sua imagem. Santaella (2001), apresenta a importância de se ter uma justificativa pessoal que deva desenvolver o pertencimento da temática de acordo com o pesquisador. Nesse sentido, sempre me ⁶senti próxima do mundo da moda e estive cercada pelo mesmo, cresci vendo minhas tias e avó costurando, se empolgando e se envolvendo em todo o processo, desde que entrei na graduação

⁶ Parte escrita em primeira pessoa do singular, para referenciar a experiência pessoal da autora do trabalho e seu relacionamento com a temática da pesquisa.

sabia que gostaria de desenvolver o meu Trabalho de Conclusão de Curso com esse assunto atrelado. Durante as eleições de 2022, conheci a futura primeira-dama Janja e acompanhei pelas redes sociais e noticiários como a mesma estava tomando grande notoriedade durante esse período pelas suas ações sociais e com as suas vestimentas, que foram bastante discutidas e apareciam constantemente na minha timeline nas redes sociais. Realizei algumas pesquisas e analisei as pessoas ao meu redor e observei que quem não eram próximas de questões políticas ou da moda comentarem sobre a mesma e como ela utilizava a moda nacional. Nesse momento soube que queria desenvolver meu trabalho sobre esse assunto.

Para finalizar o presente trabalho se desenvolve em capítulos, após a introdução o segundo capítulo aborda os conceitos de consumo e imagem pública, a partir de Barbosa e Campbell (2006); Abrão (2010); Rocha (2004); Baccega (1998); Cogo e Brignol (2011); Gomes (2004), Weber (2004), Tiburi (2018), Pinto (2009), Sanches (2017).

O terceiro capítulo abordará assuntos sobre a moda e como a mesma pode ser um forte meio de comunicação é um ato político; além de explorar aspectos de como a imagem da mulher se relaciona com a moda. Apoiando-se em autores como Pellisson (2023); Miranda, Garcia e Mello (1999); Sirgy (1982); Carnaval (2012); Valle, Gimenez (2021) e Brigido (2021).

O quarto capítulo irá se aprofundar em relação ao nosso objeto de estudo e o recorte realizado e os métodos utilizados durante a pesquisa, desde a análise de conteúdo e aplicação do questionário. Com base nos autores Bardin (1997) e Gil (1989).

O quinto capítulo irá apresentar uma síntese da análise dos comentários e análise das respostas obtidas no questionário, com base nas categorias criadas para análise.

E por último no sexto capítulo, iremos apontar as considerações finais da pesquisa a partir dos resultados obtidos nas análises.

2. RELAÇÕES ENTRE CONSUMO E IMAGEM PÚBLICA

Neste capítulo trabalharemos os conceitos em torno do consumo, da recepção e da imagem pública e realizar a ligação entre essas temáticas. No último subtópico do capítulo iremos apresentar como a imagem da mulher é vista dentro da política no Brasil.

2.1. Consumo e recepção

O consumo, de acordo com Barbosa e Campbell (2006), é ambíguo estando atrelado a significados que podem ser vistos como positivos e negativos, é a forma como nos apropriamos do que está a nossa volta, “toda e qualquer sociedade faz uso do universo material a sua volta para se reproduzir fisicamente e socialmente” (Barbosa; Campbell, 2006, p.22). Um dos aspectos do consumo é mediar as relações sociais existentes, criando status e fortalecendo diferenças entre grupos e pessoas. Ademais, o consumo é um forte agente no sentido da construção da subjetividade e da identidade dos indivíduos.

Historicamente, o consumo é associado pelo senso comum à exaustão e à aquisição de algo, mas atualmente, as ciências sociais têm atrelado o termo ao processo de reprodução social e à construção de subjetividade e identidade a partir do consumo simbólico. Assim, ressignificou bens e serviços que eram unidos a experiências sociais distintas e foram associados ao consumo. Com isso, se ampliou o campo do consumo.

O consumo, por conseguinte, tornou-se um campo de investigação complexo que engloba várias atividades, atores e um conjunto de bens e serviços que não se restringe necessariamente aos providos sob a forma de mercadorias [...] o consumo envolve outras formas de provisão que não apenas aquelas concebidas no formato tradicional de compra e venda de mercadorias em condição de mercado (Barbosa; Campbell, 2006, p. 25).

De acordo com o que os autores (2006) trazem, estabelecemos que o consumo está ligado a diferentes aspectos da vida cotidiana. Abrão (2010) destaca a importância do consumo “pois por meio deste ocorre a apropriação dos produtos sociais, ou seja, o consumo é social, através dele podemos identificar dinâmicas culturais e sociais” (Abrão, 2010, p.25). A mesma ainda traz em seu texto que um dos aspectos do consumo é que o mesmo é formado através do ser humano enquanto um ser social, atrelando significado para as ações.

Em relação a isso, Barbosa e Campbell (2006) também trazem que na sociedade contemporânea o consumo é um processo social, que está atrelado a “múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços” (Barbosa; Campbell, 2006, p.26). Além disso, enfatizam que o consumo, sob a perspectiva das ciências sociais é o elemento que cria sentido e identidade, para os indivíduos independente da aquisição de um bem ou do seu grupo social, assumindo o papel central na definição da sociedade contemporânea.

Em relação ao consumo na sociedade contemporânea, Rocha (2004) apresenta que o mesmo é algo ativo e constante do cotidiano e que “desempenha um papel central como estruturador de valores” (, 2004, p.8).

O consumo de produtos e serviços - este complexo mundo dos bens - é público e, portanto, retira sua significação, elabora sua ideologia e realiza seu destino na esfera coletiva, existindo como tal por algo culturalmente compartilhado. [...] um fenômeno moldado por considerações de ordem cultural (Rocha, 2004, p.9).

O consumo é uma questão de cultura, estando ligado à realidade cultural e coletiva, criando um espaço para troca intelectual.

Comunicação, cultura, consumo e recepção estão profundamente interligados, dentro de uma sociedade. Como aponta Abrão (2010), os receptores são os próprios consumidores, são indivíduos que recebem uma mensagem e a interpretam de acordo com a sua vivência e experiência pessoal, o consumo. E a partir dessa interpretação reelaboram a mensagem atribuindo novos significados e a compartilhando. Nesse sentido, como falamos sobre receptores, também estamos tratando sobre consumidores, “pois recepção e consumo não se separam” (Abrão, 2010, p. 48).

Quando estudamos a recepção, automaticamente, precisamos falar também da emissão, o encontro dos dois que constitui a comunicação, já que a comunicação é realizada a partir da interação entre dois sujeitos, o emissor e o receptor, mesmo que a mesma seja realizada por meio de algum suporte. Baccega (1998) afirma que para que haja comunicação, os indivíduos devem ter uma “memória” comum e que estejam inseridos na mesma cultura. Já que o “receptor-sujeito vai ressignificar o que ouve, vê ou lê, apropriar-se daquilo a partir da sua cultura, do universo de sua classe, para incorporar ou não as suas práticas” (Baccega, 1998, p.10).

Na sociedade atual as redes sociais ocupam um espaço de organização das relações sociais contemporâneas, trazendo consequências para o uso das mídias, com destaque para a internet. Cogo e Brignol (2011) argumentam que a principal consequência das relações através das redes sociais é que se cria uma lógica hegemônica de transmissão das informações de uma forma massiva e generalizada, onde a informação sai de um pequeno grupo produtor para um coletivo receptor, criando uma possibilidade de produção e estabelecimento de comunicação descentralizada. Para os estudos de recepção, as mesmas autoras (2011) trazem que se deve considerar que a transmissão pode ser pensada como um modo de apropriação do conteúdo, através do uso combinado de diferentes mídias. Além da convergência midiática, a interatividade é um dos elementos principais no processo de interpretação, algo que vem decorrente da digitalização da comunicação.

Em relação a interatividade, “é na internet que ela ganha força como prática efetiva nos usos midiáticos (..), podemos falar de interatividade maior no ciberespaço pela possibilidade mais concreta de aproximação entre as lógicas da produção e as do reconhecimento ou recepção” (Cogo, Brignol; 2011, p.85). Já que o ambiente online proporciona um espaço para a produção, o que está sendo desenvolvido entra em contato direto com o receptor onde o mesmo pode se tornar um produtor ao expor o seu entendimento sobre o que foi transmitido.

2.2. Imagem Pública Política

De acordo com Gomes (2004), com o surgimento dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea, o mundo político vem tendo a perspectiva de que em grande parte da disputa política, o jogo político normal que envolve atores da esfera política, “se resolve na forma de uma competição pela construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos” (Gomes, 2004, p.146) .

Gomes apresenta alguns conceitos sobre a imagem pública atinente a este contexto. O primeiro é o menos complexo, pois aproxima o discurso sobre a imagem do indivíduo. Neste, se tem a ideia de que há “duas espécies do gênero imagem” (Gomes, 2004, p.150): a imagem visual, ligada a elementos visuais que o indivíduo apresenta, como por exemplo, um bigode característico, a forma de se vestir, etc., e a imagem social ou pública. Esta última já estaria ligada a como o indivíduo se apresenta na sociedade, quais são as suas causas e opiniões públicas, ambas são consideradas espécies de representação. Já o segundo conceito

apresentado por Gomes (2004) é o da imagem em si, na qual a mesma só está associada à representação ligada à figuração visual, que pode apresentar qualquer tipo de representação. Um atributo visual pode servir “para caracterizar um ator político, para simbolizar-lo e até mesmo para representá-lo, afetivamente e graficamente” (Gomes, 2004, p.151), mas esse é o principal ponto da imagem pública e não somente os aspectos visuais e sim os fatores cognitivos, conceituais.

Elementos visuais podem contribuir para a formação de uma imagem desde que se submetam a uma conversão em indícios, pistas, sintomas que sirvam para sustentar interferências lógicas. Assim, se Fernando Henrique veste-se de tal forma é porque é sofisticado e culto de forma que seu modo de vestir, a sua configuração visual, coopera na construção da sua imagem de sofisticação e cultivo (Gomes, 2004, p.153).

Em sua obra, Gomes (2004) aponta a dificuldade de identificação das imagens públicas. A principal questão apresentada é da capacidade de universalizar as concepções acerca de algo ou alguém, já que “concepções em geral, opiniões e imagem em particular não existem no mundo como árvores e paredes, não são coisas entre as coisas” (Gomes, 2004, p.156). Além disso, quando tratamos das imagens públicas não se está lidando diretamente com a pessoa e sim com a persona⁷. Outra questão é a de que um ator é um constante produtor de atos e expressões que sempre podem ser lidos de diferentes formas, por diferentes indivíduos, uma imagem é formada por diversos contextos e circunstâncias.

Para se obter os resultados de uma pesquisa relacionada à percepção de imagem pública se deve ter um instrumento de organização das ideias do entrevistado. Tendo uma boa orientação também nas perguntas, com atenção para as expressões, nomenclaturas que forem utilizadas. Gomes (2004, p. 157) traz que os “resultados de pesquisa de imagens fazem as coisas parecerem mais simples do que realmente são, na medida em que justapõem aspectos e propriedades numa lista linear e sem hierarquia”.

Weber (2004) aponta que a imagem pública é construída entre o olhar e a informação, entre as certezas e dúvidas do espectador, em relação ao que é transmitido pelo sujeito em questão. A autora traz que o processo de construção da imagem pública tem como fator vital a visibilidade e o reconhecimento. “Trata-se de um processo de construções de verdades, realidades e de legitimidade, tanto de

⁷ Persona no aspecto de representação fictícia e não a pessoa real.

quem fala sobre si próprio, como sobre os próprios espelhos- mídias, espaços, palcos.” (Weber, 2004, p.260). Um dos conceitos que a autora relaciona à imagem pública é o de política estetizada, na qual os sujeitos e instituições são constantemente comparados em diferentes instâncias de visibilidade, opacidade e ocultamento, e cujas comparações são feitas em espaços midiáticos, por formadores de opinião e manifestações na sociedade. “Estes espaços provocam mudanças e adaptações no processo de construção entre a imagem desejada (pela política) e a imagem percebida (pelos espectadores)” (Weber, 2004, p. 261).

Ainda sobre a construção da imagem pública, Weber (2004) afirma que a mesma é formada por abstrações, concretudes e o incontável. Através de linguagem aberta e disponível para todos os sujeitos, envolta de argumentos emocionais e racionais, a imagem pública dos sujeitos políticos é construída, “a partir da combinação das representações visuais e das representações mentais” (Weber, 2004, p. 261). Estas representações visíveis e invisíveis, são decodificadas pelos espectadores que tenham algum tipo de interesse pela informação que pode vir a interferir em algo em sua vida pessoal.

Por fim, Weber (2004) conceitua que a imagem pública é formada por: Ações de instituições e sujeitos públicos, informações de interesse público, participação da mídia e repercussão pública.

2.3. A imagem da mulher na política

No ano de 1932, pelo Decreto n. 21.076, foi estabelecido o direito ao voto para as mulheres, mas mesmo com esse direito estabelecido, as mulheres ainda enfrentam uma constante busca por respeito, liberdade e reconhecimento na sociedade. Atualmente, as cidadãs brasileiras representam 52,65% do eleitorado brasileiro segundo o TSE⁸, mas dados de 2022 apontam que apenas 34% das candidaturas realizadas no Brasil foram femininas e que as mesmas só constituíam apenas 18% dos candidatos eleitos.

Figura 1: Tabela sobre a participação das mulheres na política brasileira

⁸ **Tribunal Superior Eleitoral.** Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/brasil-tem-mais-de-156-milhoes-de-eleitoras>. Acesso em: 11 jun. 2024



Fonte: Justiça Eleitoral

Estes dados demonstram que as mulheres são uma minoria política no Brasil. Márcia Tiburi (2018) diz que isto está ligado ao sentido de que a participação política é o local de se exercer poder e dominância, transformando cada um em objeto, como a mulher no patriarcado⁹. “Só se entra na esfera política quando se quebra a blindagem do poder. Essa entrada é ela mesma já parte da luta política, seu momento originário a ser sempre reafirmado” (Tiburi, 2018, p.114). Para terem seu espaço na política, as mulheres tiveram que travar uma longa batalha e ainda nos dias de hoje ainda precisam, constantemente, lutar por respeito da sociedade e pelo seu local. Trata-se, assim, de uma luta permanente, já que somente ocupando esses lugares de poder que as mulheres podem contar a sua própria história.

A autora Céli Pinto (2009), aponta que as mulheres precisam se reconhecer como sujeitos políticos para que as mesmas possam lutar pela causa das mulheres em geral. Já que as demandas relacionadas ao direito das mulheres, de forma geral, são pautadas e defendidas pelas próprias mulheres, ao invés dos homens. Isso ocorre independente da posição política-ideológica e mesmo da inserção no movimento feminista. Pinto (2009), faz a separação da questão da mulher na arena política em 4 cenários; “1) Sem idéia nem presença; 2) Com idéia, mas sem presença; 3) Sem idéia, mas com presença; 4) Com ideia e com presença” (Pinto, 2009, p.18). De acordo com essa separação podemos ver a evolução e a longa jornada que as mulheres realizaram para ter o seu espaço na política.

⁹ De acordo com Tiburi (2018) o patriarcado é um sistema sociopolítico que coloca os homens, em especial o homem branco, cisgenero e heterossexual em situação de poder, ou seja, o poder pertence aos homens.

Já Tiburi (2018) traz em sua obra que a representação das mulheres na vida política ainda é uma grande questão na sociedade, já que, de acordo com os dados apresentados anteriormente, vemos que os homens são maioria no corpo político, e que os mesmos detêm o privilégio sobre decisões. “As mulheres precisam tomar parte nelas para além do simples voto em homens que dominam o sistema eleitoral há séculos. As mulheres só farão isso se puderem construir a própria história, inclusive na política” (Tiburi, 2018, p.94). De acordo com isso, apresentamos que a existência de um sujeito unitário “mulher”, vive em contraposição ao sujeito unitário “homem”, em respeito à posição relativa da mulher na estrutura de dominação. Pinto (2009) afirma que, a partir de 1932, a mulher se apresentou no mundo público, como uma persona que deveria ser controlada, onde à mesma foram atribuídos lugares permitidos e lugares proibidos. Nesta estrutura, o espaço da política é o mais proibido e difícil de se inserir.

A dificuldade da entrada da mulher no ambiente da política muito se dá pelo “imenso poder pessoal que adquirem os membros de parlamentos e governos” (Pinto, 2009, p.19). E mesmo que as mulheres adentrem esse espaço “proibido”, pesquisas apontam que estas não enfatizam que são mulheres e suas lutas feministas, uma vez que as mesmas precisam se fantasiar para ingressar no mundo do “homem”. A Advogada Mayra Cotta, que é especialista em gênero, em uma entrevista para a Uol ¹⁰ afirma que “O terno representa o total estabelecimento e legitimidade dos homens no espaço público. E, para ocuparmos esse espaço, parece que a gente tem que se fantasiar de homem. Caso contrário, a gente está inadequada”.

Em 2025, a lei de cotas eleitorais para mulheres no Brasil completará 30 anos. A adoção da política de cotas no Legislativo veio para o Brasil a partir de uma tendência mundial que começou na Europa em 1990, e essa política tem uma grande papel já que demonstra a importância da representação feminina nas instituições e o quanto isso traz pontos positivos para a democracia. “As cotas refletiram um consenso generalizado em torno da insuficiência da democracia liberal em promover a representação igualitária de todos os grupos sociais, legitimando vias alternativas de acesso ao poder institucional.” (Sanches, p.5; 2017).

¹⁰ BRÍGIDO, C. **“A gente tem que se fantasiar de homem”, diz autora sobre roupa em tribunal.** Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/carolina-brigido/2021/11/15/a-gente-tem-que-se-fantasiar-de-homem-autora-roupa-tribunal.htm>>. Acesso em: 15 out. 2024.

Pinto (2009) traz o texto de Judith Butler, com a reflexão sobre até que ponto as mulheres que ingressam no público se tornam 'menos mulheres', quando o ideal seria a imagem de uma mulher que se faz mulher historicamente e que traga um discurso de dominação e resistência. Destaca a importância de criar também uma identidade de mulher, levando as eleitoras a se identificarem e possivelmente saindo do privado para o público. No entanto, "o espaço político, por ser o mais masculino dos espaços, é onde a mulher mais aparece como mulher e mais necessita ser menos mulher para se candidatar e ser eleita." (Pinto, 2009,p.21).

3. MODA, MULHER E POLÍTICA

Nesta seção do trabalho iremos apresentar os conceitos da moda com ligação a comunicação e política. Além da ligação que a moda tem com a imagem da mulher e a sua trajetória no mundo da política.

3.1 Moda como um meio de comunicação

Quando falamos em comunicação, na maioria das vezes, pensamos em formas verbais de expressão, a comunicação direta na qual um indivíduo fala com outro. “À medida que nossa compreensão da comunicação se expandiu do simples aspecto verbal, o corpo como um todo tornou-se uma ferramenta para criar, transmitir e representar mensagens.” (Pellisson, 2023).¹¹

A forma como nos apresentamos na sociedade não nos é diretamente ensinada, mas temos uma influência inconsciente do que é certo ou errado, de acordo com nossas experiências pessoais e exemplos que seguimos em nossas vidas. Dentro da sociedade o modo como nos vestimos está ligado diretamente à estrutura do estado geral desta sociedade. “A moda necessita transformar ordem de signos, união do significante e do significado, em ordem de razões” (Miranda; Garcia; Mello, 1999, p.3). Essa racionalização por trás da moda, se dá para justificar o consumo e dar relevância para esta, uma forma de retirar o estigma que a mesma carrega de futilidade. “A racionalização converte, na moda, os signos em razões. (Miranda; Garcia; Mello, 1999, p.3). Já que a moda é um dos elementos mais importantes da comunicação não verbal, a forma como nos apresentamos visualmente fala antes mesmo de dizermos algo de forma verbal. De acordo com Pellisson (2023), “ a primeira impressão refere-se à imagem mental que uma pessoa cria de outra pessoa, isso é feito em menos de 7 segundos após conhecer alguém, dessa forma a primeira impressão é impactante.”

A comunicação é intencional, especialmente quando a proposta é persuadir; comunicação é transação, negociação em que mensagens são trocadas baseadas na motivação de todos os participantes na expectativa de resposta mútua; comunicação é simbólica: os símbolos são criados e usados para focalizar, por meio dos objetos ou pessoas representados por

¹¹ PELLISSON, A. **A moda como elemento fundamental da comunicação não verbal.** Disponível em: <<https://andreiapellisson.com.br/o-papel-da-moda-na-comunicacao-nao-verbal/>>. Acesso em: 20 out. 2024.

estes símbolos, os seus significados. “Toda comunicação tem lugar através de símbolos” (Pellisson,2023)

De acordo com a autora citada acima, podemos afirmar que a moda é uma forma de comunicação intencional, mesmo quando não se está refletindo sobre as questões de moda, é uma forma de comunicar algo, como uma opinião e crenças mais envelhecidas ou a não aceitação dos padrões estabelecidos. A moda é simbólica, os símbolos e objetos são utilizados para representar.

Um produto é um forte veículo de comunicação para os seus usuários, de acordo com as características de visibilidade, variabilidade no uso e personalização. A forma utilizada pelos objetos na moda também está ligada à comunicação, à partilha de uma mensagem, já que cada indivíduo irá representar uma peça do seu modo, a variabilidade do uso, formando uma diferenciação entre os indivíduos. “A personalização do produto denota a extensão através da qual o uso do produto pode ser atribuído à imagem estereotipada de uso generalizado” (Sirgy, 1982, apud Miranda; Garcia; Mello, 1999, p.5). Quando um indivíduo escolhe um estilo (variabilidade), uma opção que pode transmitir diferentes mensagens, ligadas à expressão do eu (personalização) para todos os indivíduos que virem (visibilidade). “Já que a roupa é destinada ao ambiente público, a falta pode ser punida com prisão; a não ser que o ambiente seja de domínio privado, porque aí se pode ficar sem ela, se assim o desejar” (Miranda; Garcia; Mello, 1999, p.6).

3.2 Moda um ato político

Grande parte das pessoas tende a ver a moda como algo supérfluo, a minimizarem o que representa a segunda maior atividade econômica¹² do mundo, aparentemente simples, produção de roupas. Mas como destaca André Carvalhal , trabalhar com a moda não tem só a ver com criar, combinar, comercializar ou comunicar roupas. “Desde as primeiras criações, roupa e moda cumpriram uma série de propósitos. Adorno, proteção, diferenciação e legitimação” (Carvalhal, 2012, p.57). A moda, na realidade, está ligada à construção da identidade do indivíduo, ajudando os sujeitos a se autoconhecer e a expressarem a sua individualidade e estabelecer diálogos e laços sociais. “Sendo expressão de valores

¹²CRIVELLARO, A. **Boom da moda na pandemia e criatividade como propulsora da retomada.** Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/boom-da-moda-na-pandemia>>. Acesso em: 19 nov. 2024.

predominantes em período de tempo determinado, mas também representa as minorias.” (Valle; Gimenez, 2021, p.6). A moda dá abertura para que um mesmo indivíduo possa se expressar de diferentes formas, que possa ter múltiplas identidades. Sendo a moda uma produção e uma reprodução permanente do social, neste contexto as roupas são uma extensão do nosso corpo, uma demonstração de personalidade, valores e crenças.

A moda pode ser conectada à política de diferentes formas. Valle e Gimenez (2021) demonstram que, de forma individual, se tem diferentes escolhas que podem ser tomadas e que estão ligadas a um posicionamento político, por exemplo “optar por comprar de uma marca que não corrobora com o trabalho escravo é uma forma de política; aprender a fazer suas próprias roupas é uma forma de política; fazer trocas de roupa é também uma maneira de promover um tipo de política” (Valle, Gimenez, 2021, p.6).

Vale destacar, ainda, que a moda também reflete o comportamento de um certo período, reproduzindo o comportamento da sociedade, os movimentos sociais e mudanças econômicas e políticas.

O site Essa Roupa Tem História¹³ traz que, no Brasil, a moda é uma grande forma de expressar as diversas culturas presentes no país, quando analisamos, por exemplo, as edições do São Paulo Fashion Week. Neste espaço, podemos ver na passarela uma moda que vem das periferias do Brasil, uma moda negra, feminina, LGBTQIA+ e indígena. Uma moda que está cercada de uma mensagem de pertencimento, envolta de uma simbologia.

Até o ato de pensar em como as roupas são produzidas é uma forma de se posicionar politicamente. “Debates acerca do consumo consciente e sustentabilidade estão ganhando cada vez mais visibilidade, fazendo com que muitos consumidores questionem de quem estão comprando” (Essa roupa tem história, 2021) .

3.3 A relação da imagem da mulher e a moda

De forma histórica, a moda tem uma forte associação com a feminilidade e a busca de se estar de acordo com o que está em alta no momento. Este aspecto está ligado diretamente com a importância da aparência na construção social da

¹³ OLIVEIRA, Chris. **Moda, um ato político**. 2021. Disponível em: <https://essaroupatemhistoria.com/erth-reflexoes/moda-um-ato-politico/#:~:text=Debates%20acerca%20do%20consumo%20consciente,impactos%20socioambientais%20da%20ind%C3%BAstria%20t%C3%AAxtil..> Acesso em: 20 nov. 2024.

feminilidade. Este contexto tem feito com que as mulheres estivessem mais suscetíveis às mensagens de moda que o homem.

Para as mulheres, a moda foi um forte demarcador social. Durante o século XIX, as de classes média e alta dedicavam seu tempo em construir um vestuário sofisticado, visando se adequar aos membros de um grupo social, como era “negado efetivamente tudo - salvo uma participação limitada na esfera pública - as mulheres eram frequentemente identificadas de acordo com suas roupas” (Crane, 2006, p.199). Este vestuário estava voltado para fortificar os papéis submissos, passivos e restritos que as mulheres estavam submetidas a desempenhar.

Os principais estilos femininos sempre foram desenvolvidos em Paris e exportados para as mulheres da Europa e dos Estados Unidos. “Os trajes eram compostos por diversas peças separadas e demandam enormes quantidades de tecidos. Os ornamentos eram elaborados e complicados. Essas roupas constroem o corpo e dificultam qualquer forma de movimento” (Crane, 2006, p.199). Esse tipo de vestimenta era utilizada por mulheres que dependiam economicamente de seus maridos e parentes do sexo masculino, estilos que estavam diretamente ligados a separação de mulheres a desempenhar papéis considerados masculinos.

Mulheres que não utilizavam esse estilo durante o século XIX, tinham um estilo “alternativo”, nas quais as mesmas incorporaram trajes que eram considerados masculinos, mas sempre com uma peça feminina em conjunto.

Um dos principais influenciadores do estilo alternativo foi a Inglaterra, podendo ser uma consequência dos governantes ingleses, com a Rainha Vitória. “Em 1837, primeiro ano de seu reinado, Vitória passou em revista as tropas de Windsor vestindo um boné militar masculino e um casaco militar azul” (Crane, 2006, p.201). Uma peça que tinha uma grande importância no vestuário masculino era a gravata, e na sociedade vitoriana a mesma representava a posição social dos homens e suas aspirações. “Quando usada por uma mulher, a gravata constituía, num sentido mais geral, uma expressão de independência” (Crane, 2006, p.202).

Em 1851, Amelia Bloomer ¹⁴ podia ser vista utilizando uma gravata de seda carmesim com túnica lilás e calça branca, um traje que sofreu muitas barreiras, pois ia contra as diferenças de vestuário entre os gêneros. Mulheres utilizavam esses trajes por considerá-los os mesmos confortáveis e práticos, mas o conjunto chamava muita atenção, atraindo homens furiosos e agressivos que assediavam essas mulheres. Por conta desse assédio, muitas mulheres deixaram de usar essas vestimentas por medo da violência. Mas o mesmo continuou sendo defendido por feministas.

Figura 2: Ilustração do estilo alternativo no século XIX



Fonte: Modahistorica.blog

Diana Crane (2006) apresenta em seu texto que depois da Primeira Guerra Mundial, o estilo alternativo não era mais visto como algo tão escandaloso, não sendo muito diferente do estilo que estava dominante na época. Na virada do século XIX para o século XX, o estilo dominante estava ligado às concepções que as modistas francesas tinham em relação a como uma mulher burguesa deveria se portar. Já para as mulheres da classe operária, não se tinham tantas restrições em

¹⁴ Amelia Bloomer de acordo com o site Women History foi uma defensora dos direitos das mulheres e fundadora do jornal intitulado The Lily, que tratava sobre desigualdade de gênero, acesso das mulheres à educação e a votação. Bloomer também foi uma ativista no mundo da moda, trabalhando para mudar os estilos de roupas femininas ao perceber que os espartilhos e vestidos restringiam os movimentos e prejudicam a saúde das mulheres. O que gerou a criação das calças pantalonas que além de ilustrar o afastamento das pessoas restritivas, também representavam as ativistas do movimento pelos direitos das mulheres.

relação ao vestuário, já que essas mulheres “no âmbito civil assumiram uma vasta gama de trabalhos masculinos e frequentemente usavam uniformes correspondentes a esses trabalhos” (Crane, 2006, p.249).

No Brasil, até os anos 30, a maioria dos estilos utilizados eram copiados de Paris, que vinham sempre em estações contrárias, já que os dois se encontram em hemisférios diferentes. O que “levando em conta o calor do Brasil, dá para imaginar o tormento pelo qual passavam as mulheres da época mas, ainda assim, era possível ver aberrações como, por exemplo, capas de pele em pleno verão carioca” (Palomino, 2010, p.73). Já nos anos 40, segundo a mesma autora, por conta da Segunda Guerra Mundial e o crescimento de Hollywood, se criou uma maior influência americana no pensamento cultural em geral e na moda brasileira. Nos anos 50, a moda francesa voltou a ser uma forte tendência no Brasil, mas então sendo mais adaptada para o clima do país, com tecidos mais leves, já que nessa época se tinha uma cultura mais centrada nos tecidos. “As primeiras indústrias têxteis se instalaram no bairro do Bom Retiro (São Paulo), que a partir da década de 50 se transformou para valer num centro de comércio e confecção.” (Palomino, 2010, p.76). A partir dos anos 60, Palomino (2010) comenta que se começou um movimento de valorização dos produtos nacionais, o linho brasileiro começou a ganhar destaque dentro da indústria têxtil, sendo exportado para diferentes países.

A autora Gilda Chataignier (2010), aponta que a virada para o século XXI, criou uma grande expectativa para grandes mudanças, mas que, na realidade, as novidades no mundo da moda são versões mais maduras do que já foi esquecido do passado. “Uma espécie de revival de peças e estilos inesquecíveis porém percebidos, tanto pelos estilistas como pelas usuárias, como um look novo.” (Chataignier, 2010, p.179).

A mulher do século XXI, constantemente precisa criar um certo código de vestimenta para se inserir em diferentes locais. As autoras Mayra Cotta e Thais Farage (2021) trazem em sua obra que, muitas vezes, pensar o que vestir para trabalhar para uma mulher se torna um exercício diário de reivindicação e pertencimento: “uma vez que a roupa é a expressão material da nossa insistência em ocupar o mundo do trabalho e representa uma prática constante de negociação entre o que nos é imposto e o que de fato queremos” (Cotta; Farage, 2021, p.12). A moda é um grande comunicador e constantemente mulheres se encontram na luta

em buscar uma roupa que comunique o que querem passar e que crie uma certa confiança, sem que seja preciso que se ‘fantasiem de homem’.

Algo importante de se destacar é que os tribunais costumam ter um código de vestimenta direcionado especificamente para as mulheres. A advogada Mayra Cotta, em uma entrevista para a Uol¹⁵, afirma que isso é uma forma de preconceito, já que diz:

“Tem o código masculino, o terno, que está bem estabelecido. E parece que não tem nenhum esforço das instituições em relação às mulheres. Porque, se o terno representa essa total legitimidade da ocupação daquele espaço quase que exclusivamente só por homens, o entendimento sobre as roupas e a adaptação daquele ambiente para a ocupação das mulheres também tem que passar pela diversidade na vestimenta. Os tribunais continuam funcionando como se a gente estivesse há um século, como se fosse um espaço completamente homogeneizado. Se a gente está falando de diversidade de verdade dentro daqueles espaços, isso tem que passar pela roupa. Porque não pode ser pré-requisito para estar ali naquele espaço se fantasiar de homem, fazer mimetismo da masculinidade” (Brígido, 2021)

Em 2024, o STF alterou o código de vestimenta para não distinguir gênero. Segundo o Correio Braziliense¹⁶, o código de vestimenta para servidores, estudantes e visitantes da sede da Corte, existe desde 2011, mas as regras antes diferenciavam as peças permitidas para homens e mulheres, agora com as novas normas, a distinção de peças feita por gênero é proibida.

¹⁵ BRÍGIDO, C. **“A gente tem que se fantasiar de homem”, diz autora sobre roupa em tribunal.** Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/carolina-brigido/2021/11/15/a-gente-tem-que-se-fantasiar-de-hom-em-autora-roupa-tribunal.htm>>. Acesso em: 19 nov. 2024.

¹⁶ CORREIO BRAZILIENSE. **STJ altera código de vestimenta para não distinguir gênero e proíbe cropped.** Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2024/03/6818344-stj-altera-codigo-de-vestimenta-e-proibe-cropped-regata-e-barriga-de-fora.html>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

4. PERCURSO METODOLÓGICO

Neste capítulo iremos refletir sobre o nosso objeto de estudo, e os percursos metodológicos utilizados durante nossa pesquisa para atingirmos nossos objetivos.

4.1. Objeto de estudo

O objeto deste estudo são as percepções das mulheres que acompanham Janja no Instagram. Rosângela Lula da Silva, conhecida popularmente por Janja, é uma socióloga nascida em União da Vitória, no Paraná. Janja estudou Sociologia na Universidade Federal do Paraná (UFPR), além de sua graduação a mesma tem MBA em Gestão Social e Sustentabilidade pela Universidade Positivo e especialização em História.

Figura 3: Imagem da primeira-dama Janja



Fonte: O Globo

De acordo com o site Exame¹⁷ Janja já atuou profissionalmente como assistente do diretor-geral e coordenadora de programas voltados para o desenvolvimento sustentável na Itaipu Binacional, e também já trabalhou na Eletrobras como assessora de comunicação e institucional. Além de atuar no mercado profissional, também trabalhou no meio acadêmico como professora

¹⁷ **Quem é Janja Lula da Silva, a nova primeira-dama do Brasil.** Disponível em: <https://exame.com/brasil/quem-e-janja-a-nova-primeira-dama-do-brasil/> . Acesso em: 05 jun. 2024.

universitária de sociologia nos cursos de administração, economia, ciência contábeis e engenharia.

Seu relacionamento com a política começou com apenas 17 anos quando se filiou ao partido político PT (Partido dos Trabalhadores). Atualmente, se intitula como uma ‘petista de carteirinha’, tendo seu reconhecimento por militar pelos direitos das mulheres e pela proteção dos animais, como é dito em uma matéria da CNN¹⁸.

Atualmente, é a primeira-dama do Brasil em decorrência do seu relacionamento com o atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A mesma, em entrevista à BBC¹⁹, disse que quer “ressignificar o papel de primeira-dama”, se afirmando como uma articuladora, que fala sobre políticas públicas e que o presidente Luiz Inácio lhe dá total autonomia para exercer sua função.

Figura 4: Imagem do atual presidente Lula com a Janja



Fonte: Uol

4.1.1 Janja e o seu relacionamento com a moda

Um dos aspectos que se pode observar com relação às associações públicas relativas à Janja é o seu interesse com a moda nacional. Em uma matéria para a

¹⁸ **Saiba quem é Rosângela da Silva, a Janja, nova primeira-dama do Brasil.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/> . Acesso em: 5 jun. 2024.

¹⁹ **Rosângela da Silva, a Janja: quem é a nova primeira-dama do Brasil.** Disponível em: [Rosângela da Silva, a Janja: quem é a nova primeira-dama do Brasil - BBC News Brasil](https://www.bbc.com/pt-br/brasil/2024/06/240605-rosangela-da-silva-janja-1a-dama) Acesso em: 05 de jun. de 2024.

Vogue²⁰, foi destacado que a primeira-dama tem consciência sobre a sua visibilidade e busca utilizar a mesma para levar o olhar do público para o setor. Para a posse do presidente Lula, a mesma utilizou um look desenhado pela estilista Helô Rocha com bordados das mulheres de Timbaúba dos Batistas, na região do Seridó. Janja disse, na mesma matéria, que “queria vestir algo que tivesse simbolismo para o Brasil, para os estilistas, para as cooperativas e para as mulheres brasileiras”.

Buscando, sempre que possível, utilizar vestimentas de marcas nacionais, a primeira-dama afirmou na entrevista à Vogue que quer carregar os estilistas brasileiros onde for, como uma forma de mostrar não somente no Brasil mas para o mundo a moda nacional, visando abrir uma porta para oportunidades comerciais. Para Janja, a moda “não é só um aspecto muito importante da cultura brasileira como é um motor da economia”.

Ademais, a historiadora de moda Caroline Lardoza disse em uma matéria para o Correio Braziliense²¹ que as roupas usadas por Janja “têm um discurso político claro, coeso e autoral, além de haver uma coerência de estilo, no qual cada detalhe é simbólico.”

4.1.2 Recorte do objeto: Janja no instagram

Na sociedade atual, não podemos falar da influência e visibilidade de um indivíduo sem tratar de suas redes sociais. Janja tem um perfil no Instagram que, atualmente, conta com 2,3 milhões de seguidores²². A mesma é bem ativa em suas redes sociais²³, utilizando o seu perfil na rede para compartilhar as ações que realiza. Seu perfil teve um forte crescimento durante as eleições que ocorreram em 2022, de acordo com o site Metrôpoles²⁴, durante o período de maio de 2023 e abril de 2024, o seu perfil teve um ganho de 26.186 pessoas, um crescimento de 1,15%.

²⁰ **Janja fala sobre o look da posse, seu interesse pela moda, rebate críticas e diz: “Não precisam me chamar de primeira-dama”.** Disponível em [Janja fala sobre o look da posse, seu interesse pela moda, rebate críticas e diz: "Não precisam me chamar de primeira-dama" | Atualidades | Vogue](#). Acesso em: 11 jun. 2024

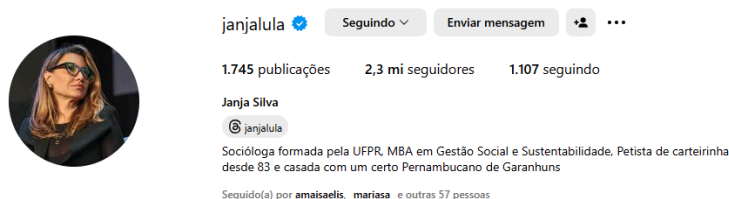
²¹ **Moda é política! Os looks de Janja vão além e evidenciam sua personalidade.** Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/revista-do-correio/2023/01/5063532-moda-e-politica-os-looks-d-e-janja-vaio-alem-e-evidenciam-sua-personalidade.html>. Acesso em: 17 jun .2024

²² Consulta realizada no dia 05 de junho de 2024.

²³ Janja realizou, durante o primeiro semestre de 2024, em média 30 postagens por mês no Instagram.

²⁴ **Michelle supera Janja em ganho de seguidores no último ano.** Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/quilherme-amado/janja-passa-michelle-em-engajamento-e-com-entarios-menos-em-seguidores>> Acesso em: 11 jun. 2024.

Figura 5: Instagram da Janja



Fonte: Instagram

No presente trabalho, iremos utilizar a sua conta no Instagram como meio para chegar às mulheres seguidoras de Janja, a partir dos comentários de uma postagem. O post selecionado foi realizado no dia 6 de maio de 2023, o mesmo trata de uma foto da primeira-dama junto com o atual presidente Lula a caminho do evento de coroação do rei Charles III.

Figura 6: Postagem realizada no instagram da Janja



Fonte: Instagram

Este post foi selecionado por conta da repercussão do look da primeira-dama que foi bastante comentado pela mídia. Como exemplo dessa repercussão, é

possível perceber, a partir da matéria realizada pela revista Marie Claire²⁵, na qual a estilista Rafaella Caniello, que realizou a construção do look em conjunto com a stylist Rita Lazzarotti, afirmou que “A Janja é sempre muito participativa na criação de seus looks, como é o caso do escolhido para a coroação. Ela opina na cor, no comprimento, mostra os modelos que se sente bem em vestir. A Janja é uma pessoa muito leve, tem opinião forte e sabe ouvir”.

O portal Estado de Minas²⁶ também realizou uma matéria na qual afirmou que Janja, desde as campanhas eleitorais, tem assumido esse compromisso em promover a moda nacional e tem utilizado marcas nacionais em seus compromissos.

Figura 7: Detalhe do número de curtida e comentários no post do Instagram



Fonte: Instagram

O post conta com 317 mil curtidas e 16,6 mil comentários, que foram filtrados na busca dos sujeitos de pesquisa mais representativos para o presente trabalho.

²⁵**Coroação do rei Charles III: Janja veste look vermelho e segue valorizando grifes brasileiras.** Disponível em: <<https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2023/05/coroacao-rei-charles-iii-janja-veste-look-sv/>>. Acesso em: 11 jun. 2024

²⁶ **O look de Janja na coroação do Rei Charles III.** Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2023/05/06/interna_politica,1490496/o-look-de-janja-na-coroacao-do-rei-charles-iii.shtm>. Acesso em: 17 jun. 2024.

4.2 Estratégias Metodológicas

4.2.1 Análise bibliográfica

A pesquisa bibliográfica é uma parte essencial de um trabalho acadêmico. Para Stumpf (2010), esta é a primeira etapa de uma pesquisa, a mesma caracteriza o método como um procedimento que visa identificar informações bibliográficas que sejam pertinentes de acordo com o objetivo, tema e objeto de estudo.

Neste sentido, utilizamos a pesquisa bibliográfica para a compreensão de alguns conceitos e aproximação dos mesmos ao decorrer do trabalho, por meio de livros, periódicos e artigos científicos que tenham algo relevante em relação ao nosso tema e objetivos.

Em nossa pesquisa bibliográfica foram abordados estudos que estivessem voltados para os seguintes temas: mulher, política, moda, comunicação e consumo. Sobre o tema da mulher na política, utilizamos as autoras Marcia Tiburi (2018) e a Céli Pinto (2009).

Com relação ao tema de consumo e imagem pública, os principais autores consultados foram Barbosa e Campbell (2006); Abrão (2010); Rocha (2004); Baccega (1998); Cogo e Brignol (2011); Gomes (2004), Weber (2004), Tiburi (2018), Pinto (2009), Sanches (2017).

Já dentro da temática de moda, comunicação, mulher e política, nos apoiamos nos autores como Pellisson (2023); Miranda, Garcia e Mello (1999); Sirgy (1982); Carnaval (2012); Valle, Gimenez (2021) e Brigido (2021).

4.2.2 Análise de conteúdo dos comentários da postagem para seleção das pesquisadas (Recrutamento)

Para essa etapa, utilizamos a metodologia apresentada por Laurence Bardin (1997). A autora caracteriza a análise de conteúdo descritiva analítica como uma técnica “que consiste em apurar descrições de conteúdo muito aproximativas, subjetivas, para pôr em evidência com objectividade a natureza e as forças relativas dos estímulos a que o sujeito é submetido” (Bardin, 1997, p.34). Nesse sentido, utilizamos essa ferramenta para interpretar e caracterizar os comentários feitos na postagem que foi apresentada anteriormente nesse documento.

Bardin sistematiza o processo de análise em três momentos: pré-análise, descrição e interpretação. A pré-análise consiste na seleção do material a ser analisado e elaboração de hipóteses, objetivos e indicadores que ajudem na

interpretação final. Nesta etapa já realizamos a seleção do material que foi apresentado no tópico 4.1.2 e as hipóteses levantadas foram:

- Há comentários positivos em relação às vestimentas da primeira-dama para o evento;
- Há comentários negativos em relação às vestimentas da primeira-dama para o evento;
- Há comentários de comparação entre a primeira-dama e a ex-primeira-dama Michelle Bolsonaro;

De acordo com a autora, dentro da pré-análise também devem ocorrer uma determinada operação de recorte do que é analisado em unidades comparáveis de categorização, a partir de uma breve leitura dos comentários essas foram as categorias desenvolvidas:

- Comentários de mulheres falando positivamente sobre a vestimenta da Janja;
- Comentários de mulheres falando negativos sobre a vestimenta da Janja;
- Comentários dispersos em relação ao assunto;
- Comentários masculinos;
- Comentários de comparação entre a atual primeira-dama e a ex-primeira-dama Michelle Bolsonaro.

Neste trabalho todos os comentários masculinos foram descartados, levando em conta o objetivo do presente trabalho em investigar a visão das mulheres em relação ao assunto

Conforme o que foi apresentado, a postagem contava na época da análise com 16,6 mil comentários. Para esta análise fizemos um recorte e os primeiros mil comentários foram lidos e colocados em uma categoria, para posteriormente serem analisados e interpretados, a partir dos resultados, os usuários que realizaram comentários que estavam de acordo com a temática do trabalho (da forma mais

diversificada possível) foram convidados a participar de uma pesquisa realizada através de um questionário online.

4.2.3 Questionário semi-estruturado

Gil (1989) define o questionário como uma “técnica de investigação composta por números mais ou menos elevados de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo o objetivo o conhecimento de opiniões” (Gil, 1989, p.124).

A principal diferença entre o questionário e a entrevista é que a última é feita totalmente de forma oral, com perguntas e respostas. As vantagens de se utilizar um questionário é a possibilidade de se ter contato com um número maior de pessoas, até mesmo de diferentes locais; permite que as pessoas respondam no melhor momento possível e “não expõe os pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado” (Gil, 1989, p. 125).

Sobre a construção de um questionário, o autor (1989) aponta que o mesmo tem o principal intuito de traduzir os objetivos específicos da pesquisa em itens bem escritos.

No presente trabalho, realizamos um questionário online, através da plataforma Google Forms, que foi enviado individualmente (através das mensagens privadas do Instagram) para as 654 mulheres que interagiram com o post, que foram selecionadas de acordo com a análise feita nos comentários da postagem da Janja em seu Instagram. Os formulários foram enviados no período de 12 a 24 de setembro de 2024. O questionário foi fechado para respostas no dia 08 de novembro.

O questionário, que está disponível no apêndice deste documento, foi construído em 6 seções. A primeira seção levava o seguinte título: **Moda e comunicação na política: Uma investigação da percepção das mulheres sobre a imagem pública da primeira-dama Janja em sua relação com a moda**, na seção inicial foi apresentado quais eram as finalidades do questionário. Na segunda seção foi realizada a apresentação das autoras para o leitor; a próxima seção foi intitulada como “Perfil do respondente”, e teve como objetivo obter dados para compreender um pouco mais sobre as mulheres que acompanham a Janja, a sua idade, localização e com o que trabalhavam.

Na sessão quatro “Perguntas sobre a atual primeira dama Rosângela Lula da Silva”, as questões tinham como objetivo compreender onde essas mulheres

acompanham a primeira dama, como a conhecem, a visão das mesmas em relação à Janja de uma forma mais ampla. Na sessão cinco “Relação Janja e a moda” as perguntas estavam voltadas para avaliar como essas mulheres associam a imagem da Janja à moda e se essa associação existe. Na última sessão foi perguntado para as respondentes se as mesmas participaram de uma entrevista.

Para a realização da análise dos dados obtidos foram criadas as seguintes categorias para podermos nos basear e seguir com a análise.

- a) **Comportamento de consumo nas redes sociais**
- b) **Relação entre moda e política**
- c) **Janja e sua relação com a Moda**
- d) **Janja e as marcas nacionais**

Na categoria "comportamento de consumo nas redes sociais" buscamos perceber indícios sobre como estas mulheres podem ter percepções e comportamentos específicos relativos a interação e consumo nas redes sociais e como isso pode ter relação com a política. Já na categoria seguinte “relação entre moda e política”, buscamos ver como essas mulheres fazem a associação entre essas duas temáticas, principalmente na imagem da mulher no mundo da política em relação a moda. As categorias seguintes, “Janja e sua relação com a Moda” e “Janja e as marcas nacionais”, buscam associar as respostas que falem sobre a imagem da Janja e como a mesma está ligada à moda.

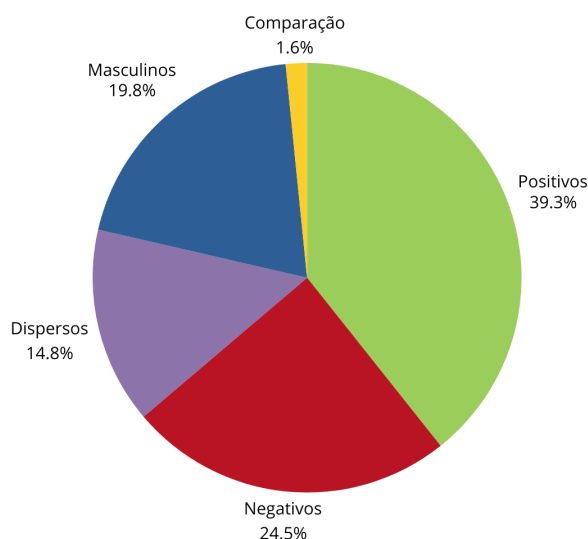
5. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E ANÁLISE

Neste capítulo trazemos os resultados obtidos durante a aplicação dos processos metodológicos e as análises feitas.

5.1 Etapa 1: Categorização dos comentários

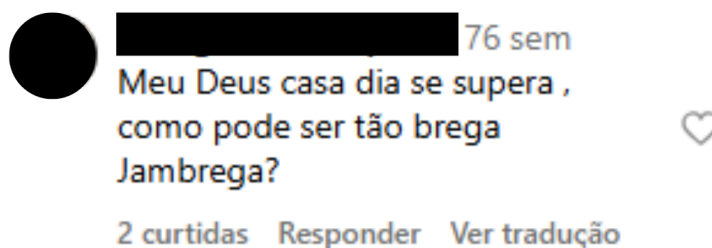
Para esta etapa inicial da pesquisa foram analisados os mil primeiros comentários da postagem, conforme explicitado na seção 4.3. No Apêndice A é possível acessar os 1000 comentários catalogados e a seleção realizada, por uma legenda de cores, a partir das quatro categorias apresentadas anteriormente. Dentro desses comentários, chegamos ao número de: 393 comentários positivos; 245 comentários negativos; 148 comentários dispersos em relação ao assunto; 198 comentários masculinos e 16 comentários de comparação da atual primeira dama e a ex-primeira-dama Michelle Bolsonaro.

Figura 8: Gráfico análise dos comentários



Fonte: Autora

Figura 11: Exemplo de comentário negativo



Fonte: Instagram

Já na imagem apresentada na figura 11, podemos observar uma opinião completamente oposta a da seguidora anterior. No comentário, a mesma traz a sua opinião de que a primeira dama é “brega”, uma forma de dizer que a pessoa não se veste bem de acordo com a percepção da pessoa que fala. No comentário também podemos ver a utilização de um tipo de apelido “jambrega” (Janja+brega).

Na leitura dos comentários, observamos que muitas mulheres que tinham opiniões negativas em relação à primeira dama criavam certos apelidos como, “esbanja” (esbanjar+janja) ou “larjanja” (laranja+janja).

A partir desta etapa inicial de categorização e análise inicial dos comentários da postagem do perfil para fins de recrutamento de pesquisados para a etapa seguinte, foi possível perceber a bastantantes comentários positivos, mas que os comentários com cunho negativo são mais agressivos e trazem outras questões que não estão diretamente ligadas a Janja ou a suas roupas.

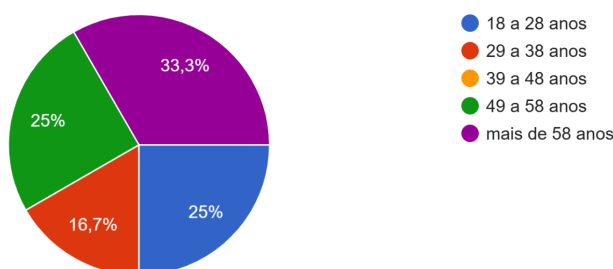
5.2 Etapa 2: Análise das respostas do questionário

Nesta etapa, após o envio dos questionários para 654 pessoas, foram coletadas 12 respostas. Entendemos que o número reduzido de respondentes (com relação ao universo enviado) também compõem um dado da pesquisa e pode ter tido relação com uma limitação do meio selecionado para a pesquisa, no caso, o instagram. Nesta rede, a visualização das mensagens privadas para quem não é seguidor não fica visível de forma tão explícita. No entanto, destacamos a natureza desta pesquisa como qualitativa, o que não prioriza o número de respondentes mas um nível de aprofundamento nas respostas, especialmente nas questões abertas.

Na primeira seção do perfil dos respondentes, temos que a maior parte das respondentes têm mais de 49 anos.

Figura 12: Idade das respondentes questionário

Qual a sua idade?
12 respostas



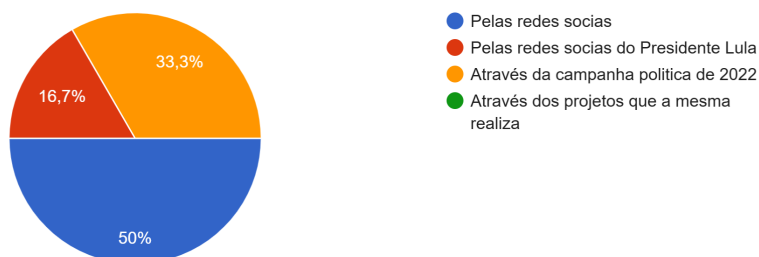
Fonte: Autora

Observa-se que a maioria das respondentes se encontra localizada na região Sul e Sudeste. Com 4 em São Paulo, 3 no Rio de Janeiro, já em Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Espírito Santo, Bahia e Rio Grande do Sul, tivemos uma respondente em cada estado.

5.2.1 - Comportamento de consumo nas redes sociais

Figura 13: Onde conheceu a primeira dama Janja?

Onde você conheceu a primeira dama Janja?
12 respostas



Fonte: Autora

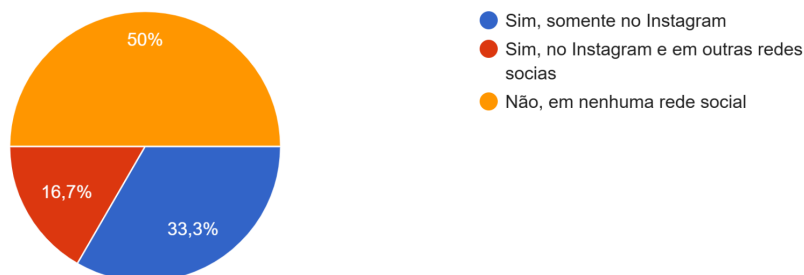
De acordo com o gráfico acima, podemos assumir que, dentre os respondentes de nossa pesquisa, o local de maior acesso que a atual primeira dama possui são as redes sociais, tanto as suas redes pessoais quanto as do presidente Luiz Inácio, com 56,7% das respostas. Ressaltando que a maioria das pessoas que

acompanham a Janja, seja apoiando a mesma ou não, consomem conteúdo sobre a mesma nas redes sociais.

Figura 14: Você segue a primeira dama Janja em suas redes sociais?

Você segue a primeira dama Janja em suas redes sociais?

12 respostas



Fonte: Autora

Já em relação a quem a segue nas redes sociais, podemos ver que o público é bem dividido, com 50% acompanhando a mesma em alguma rede social e 50% não seguem em nenhuma rede social. Como as pessoas que responderam o questionário são as mesmas que comentaram no post da primeira dama, podemos concluir que mesmo quem não segue a mesma na rede social, consome seu conteúdo e ainda interage com o mesmo, deixando a sua opinião sobre algum assunto.

Esta questão nos leva a refletir sobre como as pessoas consomem e interagem com o conteúdo de um indivíduo sem necessariamente concordar com o mesmo, os chamados "haters", pessoas que interagem de forma online disseminando o ódio e opiniões negativas em relação ao que se está vendo. Para atuar na política governamental na sociedade contemporânea, é preciso entender como as redes sociais se tornaram um palco importante para debates e divulgação desses ideais. Na rede social é muito mais simples encetar uma opinião ou até mesmo uma ofensa. A cultura do cancelamento está muito ligada ao que estes 50% que não são seguidores apresentam nos comentários.

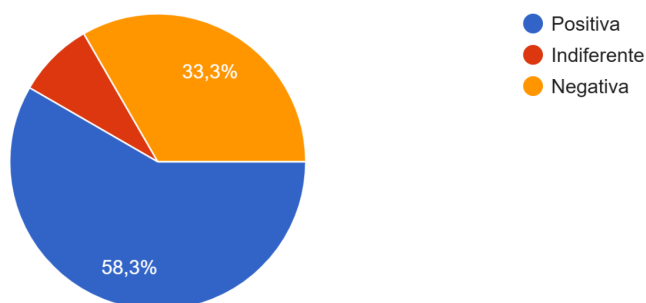
5.2.2 Relação entre moda e política

Para esta categoria, focamos em como as pessoas enxergam a primeira dama Janja, na pergunta abaixo, podemos analisar qual a opinião na parcela das mulheres respondentes.

Figura 15: Visão sobre a primeira dama, positiva ou negativa

A sua visão, de um modo geral, sobre a primeira dama é positiva ou negativa?

12 respostas



Fonte: Autora

De acordo com a figura, observamos que em sua maioria a visão em relação à primeira dama é positiva, uma porcentagem que se aproxima do gráfico apresentado do ponto 5.1, feito de acordo com o que vimos nos comentários da postagem da primeira dama. A questão seguinte se tratava de uma pergunta aberta, com o questionamento de quais fatores contribuíram para a formação de uma visão negativa ou positiva sobre a Janja.

Figura 16: Respostas pergunta 9- positivas

Além de ser uma mulher inteligente, com formação acadêmica, tem um grande senso de humanidade.

Eloquência da Janja e maravilhosa.

A participação política que exerce.

A forma com que ela se engaja na política, com assertividade e clareza na fala, tratando das demandas com olhar sensível e ético.

Fonte: Autora

Nas quatro respostas que foram destacadas, podemos interpretar que a forma como a primeira dama se apresenta e se posiciona politicamente interfere positivamente para um certo grupo. As respondentes 11 e 12 destacam que o

engajamento e participação na política é o que se destaca para elas na criação de uma imagem positiva da Janja.

Figura 17: Respostas pergunta 9- negativas

Vulgaridade/cafonice

Acho que o fato dela ficar acampada na PF em Curitiba para com outros desocupados ficar dando bom dia para corrupto, a desmoralizou bastante além, das visitas intimas, isso para mim reforça a tese de que ela já ter sido amante dele na época que era casado com Marisa Letícia. Dizem que ela o seguia muito, uma obcecada... para mim, estranha.

Fonte: Autora

Figura 18: Resposta pergunta 9 - negativas 2

Mal vestida roupas que parece de fuleira

Fonte: Autora

Figura 19: Resposta pergunta 9 - negativas 3

Ela é completamente inútil no papel dela

Fonte: Autora

Já nos quatro comentários acima, temos uma visão mais negativa, onde as mulheres trazem palavras como “vulgar”, “cafona”, “fuleira” e “inútil” para descrever a primeira dama. No segundo comentário na figura 17 feito pela respondente 2, podemos ver uma opinião aparentemente mais detalhada, na qual a mesma traz a sua visão em relação a algumas ações que a respondente diz terem sido feitas por Janja em outros momentos de sua vida, opinião essa que não pode ser comprovada, mas que em sua maioria é divulgada por pessoas que têm opiniões contrárias a Janja politicamente.

Nesta mesma resposta, podemos destacar também as palavras “corrupto” e “desocupados”, esta opinião está atrelada a um conjunto de predefinições que se relacionam com outros fatos históricos, como a prisão do presidente Lula, que de

acordo com o G1²⁷ ocorreu de 7 de abril de 2018 a 8 de novembro de 2019. O que nos leva a crer que percepção desta respondente e de possivelmente de outras pessoas que interagiram com o conteúdo está totalmente atrelada ao Presidente, à imagem de corrupção está ligada a ele; e também podemos analisar uma certa questão de cunho moral e ideais através da menção que a mesma faz às visitas íntimas supondo que Lula ainda seria casado ou seja, a imagem de Janja vem construída a partir de uma série de outras questões anteriores, principalmente a questões relacionadas ao atual presidente Lula.

De acordo com esses comentários podemos comprovar que a construção da imagem pública é cumulativa e leva em conta um conjunto de percepções que as pessoas vão acumulando. Neste caso, a percepção da imagem tem origem em abstrações e concretudes, uma combinação de valorações e representações visuais e mentais.

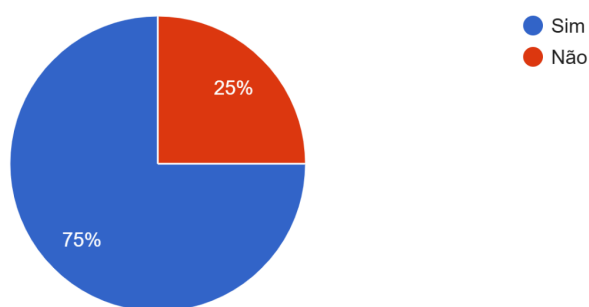
5.2.3 Janja e sua relação com a moda

Para conseguirmos encontrar informações em relação a esta categoria perguntamos para as respondentes se as mesmas associam a imagem da Janja a questões de moda.

Figura 20: Você relaciona a imagem da Janja a questões de moda?

Você relaciona a imagem da Janja a questões de moda?

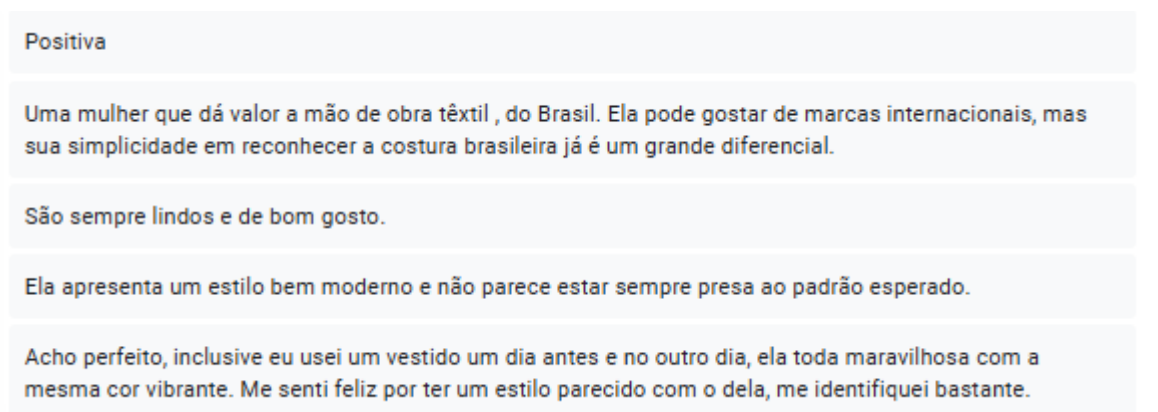
12 respostas



Fonte: Autora

Obtemos que uma maioria de 75% associa sim Janja à moda. Para nos aprofundarmos nessa questão, perguntamos qual a opinião pessoal de cada uma sobre a escolha de vestuário utilizados por Janja.

Figura 21: Respostas pergunta 11- positivas



Fonte: Autora

Nas respostas destacadas, podemos observar que a forma como a primeira dama se veste é algo que as respondentes que a acompanham nas redes percebem e destacam. Podemos salientar, de acordo com esses resultados, que parte de suas seguidoras classificam o vestuário de Janja como “moderno”, “bom gosto”, “perfeito” e desprendida do padrão.

No último comentário apresentado, feito pela respondente 12, podemos ver como suas seguidoras podem se ver refletidas na forma como a primeira dama se apresenta visualmente, criando uma certa conexão através de uma comunicação não verbal.

Figura 22: Respostas pergunta 11 - negativas 2



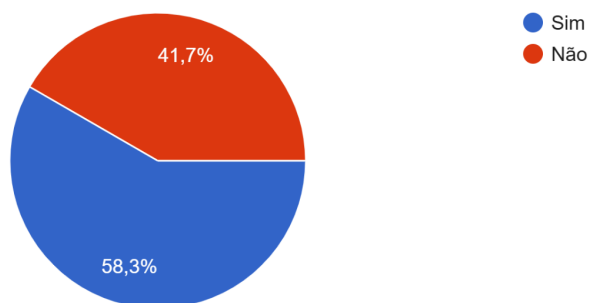
Fonte: Autora

Já os comentários de cunho negativo revelam que a forma como Janja se apresenta não é elegante e nem adequada de acordo com a sua posição.

Figura 23: As vestimentas de Janja em eventos são adequadas?

Você considera que as vestimentas de Janja em eventos públicos são adequadas?

12 respostas



Fonte: Autora

De acordo com o gráfico podemos observar que grande parte dos respondentes analisam as roupas de Janja como algo adequado. Como justificativa obtivemos as seguintes respostas positivas.

Figura 24 : Respostas pergunta 16 - positivas

Toda roupa que se apresenta em eventos, tem sempre uma história por trás.

Acredito que o fato de não estar presa ao padrão não significa estar inadequada.

Els adequa ao ambiente, tempo, tipo de atividade e autoridades que irá visitar e reunir-se

Fonte: Autora

Uma característica que é ressaltada por essas respondentes é o fato da primeira dama se adequar ao seu tempo, utilizando roupas mais atuais e de acordo com os eventos que a mesma frequenta, demonstrando que existe uma certa pesquisa por trás.

Estas respostas podem nos levar a questionar o que seria o “adequado” para uma primeira-dama, até mesmo esse cargo tem definições bem contraditórias de acordo com o site Politize!²⁸ o termo primeira-dama surgiu nos Estados Unidos no século XIX, começando a ser utilizado pela imprensa para referenciar as esposas do Chefe de Estado sendo usado cada vez com mais frequência até ser transformado em um título oficial. O principal papel que as atuais primeiras-damas têm é de se envolver em trabalhos sociais, mesmo não sendo uma obrigação as mesmas têm o

²⁸ VALIENSE, Karina Vitória Cassimiro. **Primeira-dama: papel social e político no Brasil e no mundo**. 2023. Disponível em: <https://www.politize.com.br/primeira-dama/>. Acesso em: 24 nov. 2024

costume de se utilizar a sua visibilidade para dar voz a diversos projetos. Mas ser uma primeira-dama não é um cargo político, as mesmas não recebem salário e não possuem uma função administrativa no governo. “Todas as atividades que os cônjuges exercem são definidas como voluntárias, mas as verbas dessas atividades saem da cota destinada ao Poder Executivo.” (Politize!, 2023).

Podemos observar que a Janja desconstrói este lugar, de ser somente a cônjuge do presidente, buscando um protagonismo que outras mulheres em seu lugar talvez não tenham tido, as roupas que a mesma utiliza parecem estar refletindo um pouco esta quebra. Apontamos que tanto as opiniões negativas quanto as positivas podemos estar ancoradas nesta 'mudança de papel'.

Já os respondentes que apontaram que não vêem como adequado o estilo da primeira dama justificaram que:

Figura 25: Resposta pergunta 16 - negativas

Ela não é discreta Deveria ser, ater-se a liturgia do cargo e tal.... afinal é nova ainda, tem dinheiro - do povo, claro, enfim, poderia pagar um personal moderno, ter roupas modernas atuais Temos marcas incríveis no Br, não entendo por que ela não usa! E tb poderia usar marcas do exterior Afinal.....

Fonte: Autora

Figura 26: Respostas pergunta 16 - negativas 2

Já se apresentou em eventos sociais de forma não adequada ao evento, acredito que falte assessoria

Difícil ver essa senhora com vestes e com comportamento adequado.

Fonte: Autora

O que novamente nos leva a questionar qual seria esta “liturgia do cargo”, como no segundo comentário na figura 26, que a respondente trás que dificilmente vê a Janja com um comportamento adequado, e qual seria o comportamento adequado para uma mulher no século XX utilizar? Já que a roupa é uma grande forma de expressão política da luta das mulheres no tempo atual.

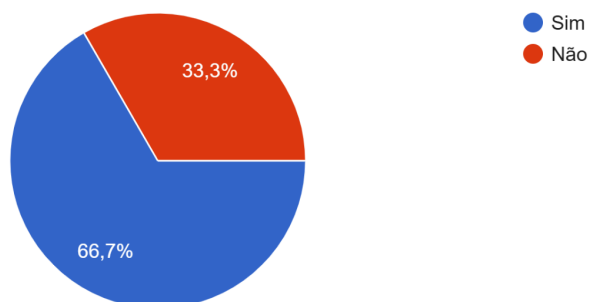
5.2.4 Janja e as marcas nacionais

Em busca dessa categoria, formulamos duas perguntas que têm como objetivo descobrir se o público que acompanha Janja tem conhecimento em relação a sua valorização e relacionamento com as marcas de moda nacionais.

Figura 27: Janja prioriza marcas nacionais

Você tem conhecimento que Janja prioriza vestuário oriundo de marcas nacionais?

12 respostas

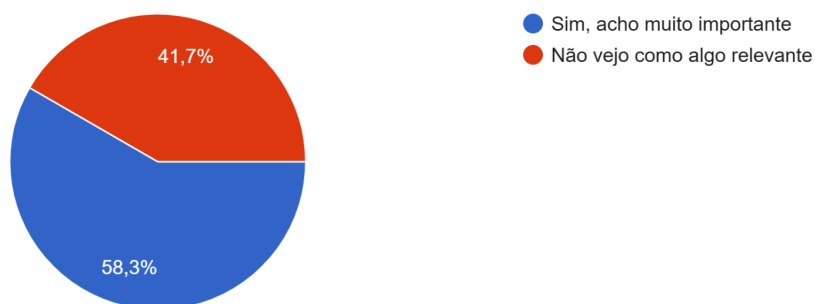


Fonte: Autora

Figura 28: Relevante o fato da Janja usar marcas nacionais

Você considera relevante o fato de Janja optar por marcas nacionais?

12 respostas



Fonte: Autora

De acordo com as porcentagens podemos concluir que em sua maioria as mulheres sabem sobre a importância que Janja dá para as marcas nacionais e acham esse posicionamento algo relevante. Como justificativa para estes questionamentos destacamos.

Figura 29: Resposta pergunta 14 - positiva

Valorizar o que é feito no nosso País é um benefício para ativar o comércio têxtil e principalmente oportunizar empreendedores brasileiros. Só uma Mulher de visão ampliada pode ascender tanta elegância e sutileza no uso das combinações e estilo.

Fonte: Autora

Figura 30: Resposta pergunta 14- positiva 2

Claro, assim como a política do governo em geral é super importante valorizar a moda nacional e o capital que gira em torno dela

Fonte: Autora

Figura 31: Resposta pergunta 14- positiva 3

Ela sabe e entende que se deve valorizar e investir na mão de obra brasileira. A economia tem girar entre os nossos

Fonte: Autora

As respondentes 6, 9 e 12 trazem a importância de se valorizar o que é produzido em nosso país para fins de movimentar o comércio têxtil local. Em contrapartida a respondente 2 traz uma visão diferente.

Figura 32: Resposta pergunta 14 - negativa

De que adianta? São coisas caríssimas para o bolso do brasileiro comum e além de coisas feias, ela não tem gosto nem jeito para ser elegante e também sabemos que compra coisas de marcas luxuosas, como sapatos e bolsas.

Fonte: Autora

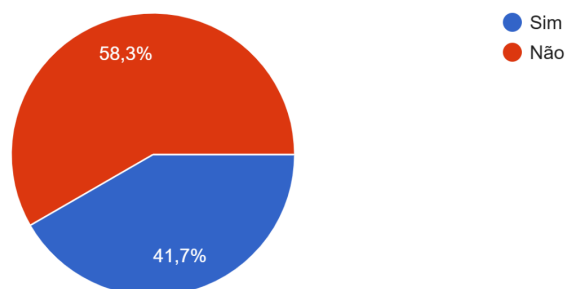
Uma opinião que podemos dizer que reflete o pensamento de muitos brasileiros, em relação à precificação das marcas nacionais.

5.3 Etapa 3: Entrevista

Ao final do questionário perguntamos às respondentes se os mesmos tinham interesse em participar de uma entrevista em profundidade, nosso objetivo era aprofundar as questões apresentadas no formulário e entender mais como essas mulheres viam a primeira dama.

Figura 33: Interesse em participar da entrevista

Você aceita fazer parte da segunda etapa desta pesquisa respondendo a uma entrevista com questões mais aprofundadas? A mesma ocorrerá d... dia\horário a serem combinados posteriormente
12 respostas



Fonte: Autora

No total, recebemos 5 respostas positivas, na pergunta seguinte pedimos para a respondente deixar um número para entrarmos em contato.

Figura 34: Resposta forma de contato

Se a resposta for positiva, por favor nos passe o seu número para contato (Whatsapp)

6 respostas

[Número de telefone censurado]

Não gostoDeContatoCom quem não conheço

Vou pensar

Aceito sim

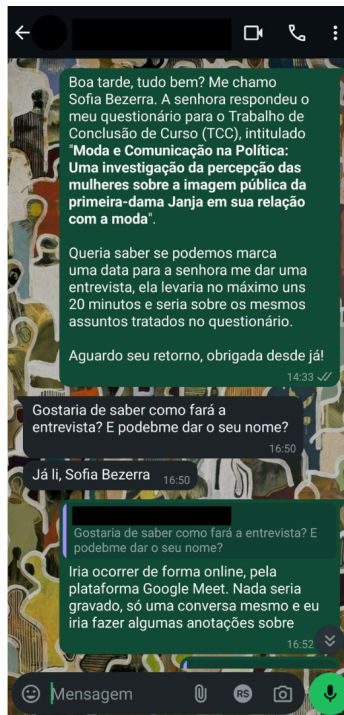
[Número de telefone censurado]

[Número de telefone censurado]

Fonte: Autora

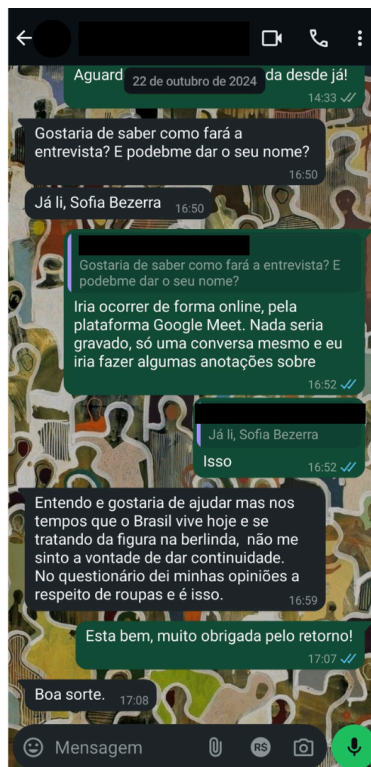
Como podemos visualizar na imagem acima, duas das respostas positivas que tivemos não deixaram uma forma de contato, já as 3 que deixaram o seu número de contato, parte censurada da imagem, entramos em contato com a primeira e a respondente preferiu não seguir com a próxima etapa. Já as outras duas respostas com a forma de contato recebemos tardiamente em relação aos prazos do andamento do trabalho e optamos por não realizar a entrevista.

Figura 35: Contato pelo Whatsapp com uma respondente



Fonte: Autora

Figura 36: Contato pelo Whatsapp com uma respondente 2



Fonte: Autora

5.4 Discussão dos resultados

Durante as apresentações dos conceitos vimos que Gomes (2004) traz em sua obra que os resultados de pesquisas de imagem parecem simples mas na realidade cada resposta é carregada de complexidade, é que para se ter uma boa análise se deve ter uma organização das possíveis ideias das entrevistas, por isso desenvolvemos as categorias de análises para as respostas do questionário. Durante o desenvolvimento das análises podemos ver que uma ideia é construída de acordo com vários fatores externos que ajudam o responde a construir a sua opinião, como o que Weber (2004) aponta, a ideia de que a imagem pública é uma combinação de representações visuais e mentais. O que podemos observar nas respostas que trazem a ideia de que a Janja não se veste de forma adequada e a ligação que as respondentes fazem desta opinião com a ideia de que a mesma ficou fazendo plantão para ver um presidiário por exemplo.

Uma outra interpretação importante é a de que a imagem pública é um local de visibilidade e reconhecimento, onde através de uma comunicação não verbal, como a moda, se cria uma convergência entre a pessoa que vê e a que é vista. Como vimos na análise, onde uma das respondentes apresenta que a mesma se identifica com a Janja e que de alguma forma se inspira na mesma.

Durante o capítulo três discutimos conceitos em torno da moda, um dos pontos tratados e como a moda ajuda a criar grupos que se identificam com um mesmo pensamento e ao mesmo tempo afasta grupo com pensamentos distintos. Em relação a imagem da Janja a mesma parece fazer parte de um grupo de pessoas que gostam de moda nacional mas de outro modo, é excluída por mulheres de pensamento conservador, ou não favoráveis à moda nacional, como por exemplo a respondente que aponta os altos preços ligados à moda produzida no Brasil. A moda é símbolo político, e quando ligado a imagem de mulher, a mesma carrega ainda mais significados. Durante as análises podemos ver que a moda é um fator importante para a imagem de Janja e que a maioria das mulheres que a consomem dão importância para a forma como a mesma se apresenta, seja negativamente ou positivamente.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A imagem da mulher na política, está envolta por diferentes questões, como lutas de gênero e de local para se fazer ser ouvida; mesmo com os avanços ao decorrer dos anos observamos que a presença feminina em cargos com destaque e relevância no Brasil ainda é limitada. Neste trabalho, realizamos o recorte da imagem da mulher na política atrelada a questões de moda. Constantemente mulheres são questionadas sobre as suas vestimentas e a forma como as mesmas se apresentam em ambientes de trabalho, principalmente quando estão situadas em alguma posição de poder. Para realização deste trabalho chegamos à percepção da imagem da atual primeira-dama Rosangela Lula da Silva, já que a mesma é constantemente ligada a assuntos relacionados às temáticas da pesquisa. Com isso chegamos ao seguinte problema de pesquisa: Como as mulheres percebem a imagem pública da primeira-dama Janja a partir da relação que ela estabelece com a moda?

Nosso objetivo geral foi identificar as principais percepções femininas em relação à imagem pública da primeira-dama Janja e sua relação com a moda. Tal objetivo foi atingido a partir de um conjunto de procedimentos metodológicos que culminaram na aplicação do questionário onde pudemos ter acesso às principais opiniões em relação à primeira-dama, de acordo com a resposta de algumas mulheres que a acompanham, podemos observar que as opiniões sobre a mesma são bem segregadas e fortes.

De acordo com os objetivos específicos propostos, o primeiro era aproximar os conceitos de moda, consumo e política. Conseguimos atingir este objetivo através das discussões teóricas apresentadas, onde identificamos que o mundo da moda está envolto de diferentes significações e atua como um grande comunicador não verbal, transmitindo uma mensagem sobre a pessoa que utiliza a vestimenta, onde até mesmo a decisão de não se importar e não querer comunicar está transmitindo algo para o visualizador. A partir disso, atrelamos a política à importância da moda na construção da imagem da pessoa pública. A moda é um grande comunicador para as pessoas que ocupam cargos de poder, fazendo com que o indivíduo pertença a um grupo e possivelmente leve outros indivíduos a se identificarem com seus ideais. Dentro desse contexto temos o consumo, o ato de consumir na maioria das vezes é associado a ação de se adquirir um bem físico, mas na realidade o

consumo vai muito além, podendo ser associado também à reprodução social e à construção de subjetividade, um consumo mais simbólico. Dessa forma, podemos concluir que o consumo está ligado à moda no aspecto de se adquirir um bem físico, uma roupa por exemplo, e também está ligado em um lado mais simbólico, na ligação de que uma pessoa consome os ideais de outra através da moda. Também podemos ligar o consumo à política, já que como figuras com uma imagem pública, pessoas que atuam no âmbito da política são grandes formadores de opinião e emissores destas, fazendo com que as pessoas consumam a sua imagem, imagem esta que pode ser trabalhada através da moda, na construção de uma imagem mais estratégica.

Como segundo objetivo específico, tínhamos situar a primeira-dama Janja no contexto da política e destacar sua relevância dentro do contexto da moda. Para contemplarmos esse objetivo, realizamos uma pesquisa, que foi apresentada na contextualização do objeto, nas quais apresentamos como a primeira dama tem uma grande ligação com o mundo da moda e apresenta grande interesse neste assunto, para conseguirmos mais informações, através do questionário realizamos perguntas mais específicas sobre, as respondentes apontaram que associam a imagem da Janja à moda e que sabem o interesse da mesma sobre o assunto e a importância que a mesma dá para a moda nacional.

Para a realização da parte prática da pesquisa, a partir das interações do público na rede instagram de Janja, realizamos um recorte do público feminino e traçamos um perfil; com a análise dos primeiros mil comentários na postagem da Janja podemos verificar que maioria das pessoas que consomem os seus conteúdos no Instagram são mulheres já que de mil comentários, oitocentos e dois eram comentários feitos por mulheres. Já de acordo com as respostas obtidas no formulário podemos chegar a um suposto perfil: Uma mulher de 31 anos, que vive em São Paulo, uma Heavy Users das redes sociais e que trabalha como assistente social.

Como último objetivo específico, tivemos a investigação de como a imagem de Janja influencia na percepção da política pelo público feminino, através das respostas no questionário obtivemos que a imagem de Janja é bem dividida, tem um público com opiniões mais negativas de uma forma bem consolidada, público esse que cria uma leitura dessas imagens por meio de pré-conceitos estabelecidos em relação ao que Janja atualmente representa, em suas lutas e em seu

relacionamento com o atual presidente Lula. E por outro lado temos pessoas com uma visão mais positiva e que de alguma forma tem uma opinião política parecida com a de Janja, associando a imagem da mesma em seus próprios ideais pessoais, as mulheres que responderam de forma positiva também destacaram a formação acadêmica de Janja e os seus estudos, além da sua importância no âmbito político, esta parcela representando 58,6% das respondente. O que pode nos levar a ter uma ideia de que sim a imagem da Janja leva as pessoas a refletirem sobre o meio político.

Para além das respostas dos objetivos específicos, podemos identificar também que os ideais políticos influenciam muito na forma que a pessoa enxerga a imagem pública da primeira-dama, até a vestimenta é vista de outra maneira dependendo da pessoa que a use, além de que a imagem da primeira dama de uma forma geral está muito atrelada a imagem do atual presidente Lula, onde as pessoas acabam fazendo associações sem nem mesmo verificar a veracidade e tomam como verdade.

Retornando a nossa questão problema: Como as mulheres percebem a imagem pública da primeira-dama Janja a partir da relação que ela estabelece com a moda? Podemos destacar que (1) a imagem da primeira-dama é bastante relacionada a questões do mundo da moda e que a forma que ela se apresentada visualmente é relevante para o seu público, (2) A imagem de Janja é bem dividida entre positiva e negativa, variando de acordo com com os ideais políticos da pessoa que a acompanha.

E por último podemos observar que (3) a moda é um grande meio de comunicação não verbal utilizado pela primeira dama, podendo gerar identificação entre as mulheres que a acompanham.

Considerando o cenário de investigação e como os objetivos de pesquisa foram respondidos, entendemos que o presente trabalho traz contribuições relevantes para a discussão teórica sobre a imagem da mulher na política e a relevância da moda dentro desse ambiente. Salientamos que esta pesquisa não tem como objetivo dar um encerramento sobre o assunto e nem estabelecer uma resposta única, mas sim abrir caminhos para novas pesquisas dentro da temática, onde seria interessante a investigação sobre como as mulheres veem a imagem de outras mulheres em diferentes locais de poder através da moda.

REFERÊNCIAS

ABRÃO, Maria Amélia Paiva. **A comunicação, a recepção e o consumo enquanto práticas culturais**: um novo olhar. Comunicação & Educação, São Paulo, Brasil, v. 16, n. 1, p. 45–55, 2011. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v16i1p45-55. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/44864>. Acesso em: 20 jun. 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA – COMPOLÍTICA, 10., 2023, Ceará. **AS PRIMEIRAS-DAMAS NO CONTEXTO ELEITORAL**:: uma análise comparativa da imagem pública de Janja Lula e Michelle Bolsonaro. Ceará: Compolítica, 2023.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Recepção: nova perspectiva nos estudos de Comunicação**. Comunicação & Educação, São Paulo, Brasil, n. 12, p. 7–16, 1998. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i12p7-16. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36353>> Acesso em: 21 jun. 2024.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. FGV Editora, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BORBA, Angela; FARIA, Nalu; GODINHO, Tatau (org.). **Mulher e Política**: gênero e feminismo no partido dos trabalhadores. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CARTACAPITAL. **Um ano após vitória de Lula, jornal francês destaca a atuação política de Janja**. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/um-ano-apos-vitoria-de-lula-jornal-frances-destaca-a-atuacao-politica-de-janja/>>. Acesso em: 14 maio. 2024.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. São Paulo: Paralela, 2016.

COGO, Denise; DUTRA BRIGNOL, Liliane. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. MATRIZES, São Paulo, Brasil, v. 4, n. 2, p. 75–92, 2011. DOI: [10.11606/issn.1982-8160.v4i2p75-92](https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v4i2p75-92). Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizess/article/view/38293>. Acesso em: 24 nov. 2024.

COTTA, Mayra; FARAGE, Thais. **Mulher, roupa e trabalho**: como se veste a desigualdade de gênero. São Paulo: Paralela, 2021.

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

DA, C. N. N. **Janja diz ser articuladora no governo e ter autonomia de Lula**. Disponível em:

<<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/janja-diz-ser-articuladora-no-governo-e-ter-autonomia-de-lula/>>. Acesso em: 5 jun. 2024.

DINO. **Setor de vestuário é um dos mais poluentes em emissões de CO2.**

Disponível em:

<<https://www.terra.com.br/noticias/setor-de-vestuario-e-um-dos-mais-poluentes-em-emissoes-de-co,d391ffea27cdc06e6aacb146356177e67nei0hbc.html>>. Acesso em: 7 maio. 2024.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo.** UFRJ, 2004

DO VALLE, V. S. M.; GIMENEZ, A. C. **A moda pode ser uma ferramenta política? / Can fashion be a political tool?**. Brazilian Journal of Development, [S. l.], v. 7, n. 8, p. 76349–76355, 2021. DOI: 10.34117/bjdv7n8-044. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/33813>. Acesso em: 4 maio 2024.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org). **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2010

ESPINOSSI, R. **SPFW: “Moda é um ato político”, diz deputada trans Erika Hilton.** Disponível em:

<<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/autocuidado/moda/spfw-moda-e-um-ato-politico-diz-deputada-trans-erika-hilton,dfefb32dad1f47394bc3d1ac8ecce643dzwwpndq.html>>. Acesso em: 4 maio. 2024.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da moda no brasil.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

Gender & politics. Disponível em:

<<https://www.hks.harvard.edu/centers/wappp/research/gender-politics>>. Acesso em: 14 maio. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** 11. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2022

MARTINS, A. **Quem é Janja Lula da Silva, a nova primeira-dama do Brasil.**

Disponível em:

<<https://exame.com/brasil/quem-e-janja-a-nova-primeira-dama-do-brasil/>>. Acesso em: 29 abr. 2024.

MIRANDA, A. P. C. de; GARCIA, C. ; MELLO, S. C. B. . **A MODA COMO ELEMENTO DE COMUNICAÇÃO: UMA FORMA DE EXPRESSÃO E INTEGRAÇÃO NA SOCIEDADE MODERNA.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1999, Rio de Janeiro. Anais do INTERCOM, 1999.

OLIVEIRA, Karla Beatriz de. **Digite m.o.d.a e "confirma"**: personal branding como processo de escolha na política. 2017. 67 f. Tese (Graduação) - Curso de Comunicação Social – Publicidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 3. ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

PIMENTEL, Bárbara Pellizzon. **A ROUPA COMO LINGUAGEM PESSOAL NA POLÍTICA**. 2024. 146 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2014.

PINTO, C. R. J. Feminismo, história e poder. *Revista de Sociologia e Política*, v. 18, n. 36, p. 15–23, 2010.

PINHONI, M. **Todos os terninhos da presidente(a) Dilma em fotos**. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/todos-os-terninhos-da-presidente-a-dilma-em-fotos/>>. Acesso em: 4 maio. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SILVEIRA, L. P. da; SCHNEID, F. H. **Semiótica da moda: o vestuário como um meio de comunicação**. *Revista Poliedro*, Pelotas, Brasil, v. 3, n. 3, p. 048–059, 2019. DOI: 10.15536/2594-4398.2019.v3.n3.pp.048-059.1563. Disponível em: <https://periodicos.ifsul.edu.br/index.php/poliedro/article/view/1563>. Acesso em: 21 jun. 2024.

TIBURI, Marcia. **Feminismo em comum**: para todas, todes e todos. 7. ed. Rio de Janeiro: Rosas dos Tempos, 2018.

TOLEDO, M.; CUNHA, L. **Saiba quem é Rosângela da Silva, a Janja, nova primeira-dama do Brasil**. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/saiba-quem-e-rosangela-da-silva-a-janja-nova-primeira-dama-do-brasil/>>. Acesso em: 29 abr. 2024.




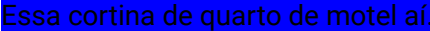










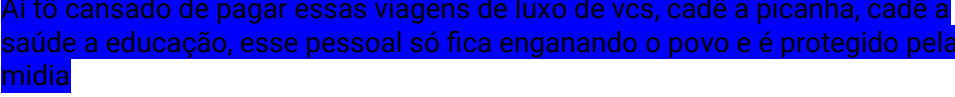







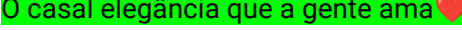

WEBER, Maria Helena. Imagem pública. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

14.	Alô Paris dia 22 e 23 recepção calorosa para receber o casal pai e mãe dos pobres. #janjacorny #lulathief Corny 😊 L@drao vive com essa cara assustada 😊 #janjacorny 😊😊😊
15.	Pode gastar todo o dinheiro público, elegância é da pessoa, isso você não tem Pote de ketchup
16.	Até na descrição da imagem você consegue ser deselegante. O duplo sentido em "coronation" é ignorância ou deboche?
17.	Sempre MAL VESTIDA! 😊😊😊😊😊
18.	meu Deus cadê as mãos dela 🤔😞
19.	Esse estilista é muito sem noção Jesus 😞😞
20.	Seu estilista deve ser bolsonarista kkkk
21.	E tá faltando o estilista da @michellebolsonaro ae pra te ajudar em 😊😊😊
22.	Que brega meu Deus
23.	Casal que faz a diferença para toda uma nação
24.	A mulher PALHAÇA 🤡😊 E o homem PINÓQUIO 😞.
25.	ELEGANCIA 😞😞😞😞😞😞
26.	Vovô representando 🇧🇷
27.	Brega!!!! 🤔🤔🤔
28.	E pensar que só passa vergonha, nem sabe o nome da mulher do príncipe, acê que é Katy Perry 😊😊😊😊
29.	Só elogios pra nossa primeira dama 😊😊😊😊😊😊. Sem noção
30.	Alguém ensina a cafonice aii 😊😊😊
31.	Misericórdia ele adora um abóbora 🎃🎃🎃🎃🎃🎃
32.	Vocês são um casal que envergonha o Brasil. 😞
33.	Que murrinha é isso 🤔🤔🤔🤔🤔
34.	Linda demais minha primeira dama 🥰👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏
35.	Tudo por dinheiro

36.	Cuidado Lula inveja mata
37.	Acho melhor quando fizer postagem de estilo deixar os comentários fechados
38.	Que roupa horrorosa
39.	Não gostei do look. Favor me consultar na próxima viagem. Te ensino a vestir bem melhor gastando menos. Pessoal fala q ajuda pobre mas gasta como rico Mas a elegância... essa... não se compra!
40.	Pôdy aff. Parede o vestido da minha avó..querida, aproveita melhor as assessorias que lhe são ofertadas 😊😊😊
41.	Essa só se nascer mil vezes kkk
42.	Nunca será elegante e as roupas ela não sabe escolher.
43.	Nossa que roupa ridícula!
44.	Não há dinheiro que compre bom gosto.
45.	Diva ❤️
46.	A brega e o Sr. Pé de cana
47.	Minha barriga tá doendo de tanto rir com os comentários 😂😂😂😂😂
48.	Quem nunca comeu melado quando come se lambuza.
49.	Assassinando a moda kkkkkkk senhor Deus Pai kkkkkk 🤔🤔🤔🤔🤔
50.	Como eu amo vcs ❤️❤️❤️❤️ meu eterno presidente
51.	Rainha da cafonice... 😂😂
52.	O judiação
53.	Que roupa mais feia!
54.	A Esbanja parece a carcereira do Lule 😂😂😂😂😂😂 Enquanto isso o Brasil só ladeira abaixo. ...
55.	Dinheiro não compra elegância!
56.	Mas pode colocar o que for, haja milagre
57.	Não tinha uma roupa pior não?
58.	LÁ EM CASA TEM UMA CAPA DE BOTIJÃO DE GÁS IGUALZINHA. A PESSOA DEIXA A POBREZA, MAS A POBREZA NÃO DEIXA A PESSOA. CAFONICE É POUCO.
59.	Divina! Parabéns ❤️👏👏

60.	Meu Deus casa dia se supera , como pode ser tão brega Jambrega?
61.	Que roupa é essa mds kkkkkkkk rindo muito 😂😂😂😂😂😂😂😂
62.	Eu estou nos 75% dos brasileiros do bem que essa quadrilha não nos representam.
63.	Lindos e elegantes! 😊
64.	Emporcalharam o evento 🤔🤔
65.	Jesus!!!! Que traje mais horroroso kkkkkkk
66.	Se fosse eu processava o estilista. 😂
67.	Ela vai voar ,tá usando capa kkkkkkkkkk
68.	Deveria fazer as pazes com o estilista...
69.	Oi Esbanja... arruma alguém p te ajudar a se vestir e se portar... não aguentam mais passar tanta vergonha... já basta o Lule
70.	Essa nunca vai ser elegante 😂😂😂😂😂😂
71.	Arrasaram 🙌🙌🙌🙌🙌🙌
72.	Esse estilista deveria ser preso 🤢
73.	Não me representa!!
74.	Maravilhosa!!!! Me representa
75.	Vc é bonita... Uma senhorinha muito bonitinha.... mas suas roupas não te valoriza.... Quando veste roupas comum fica ótimo... Mas quando tenta ser chique aí atrapalha tudo.... Se eu tivesse esse corpão ... E esse dinheirão.... Er mais bem vestida do Brasil.... não gosto do lula... Mas gosto de vc janja...
76.	Janja linda 😊
77.	Deus Meu! Que Roupa feia! U.a garrafa de Fanta é Pouco
78.	Pq a pessoa que faz suas roupas não gosta de vc?
79.	Esbanja, vc é mto brega! Já que quer torrar nosso dinheiro pagando diárias em hotéis de luxo e sofás de couro, contrata alguém decente p te vestir. Pelo mer isso. Vc é tão brega que nem sei se tem como...
80.	Roupa feia...muda de estilista...Michele bolsonaro dava de 10 a 0 nos modelit
81.	Que roupa é essa, mulher?!
82.	😊😊😊😊 chega ser ridículo mas nem Deus pode ajudar essa falta de elegância
83.	Primeira dama quanto foi o vestido ?

84.	Faria inveja à Chanel (se ela estivesse viva)...
85.	Deslumbrada um dia acaba tudo isso
86.	Socorro... procure alguém para ajudá-la. Tá terrível! Compre um.Martha Medeiros é artesanato brasileiro chic e de bom gosto. VS não está se vestindo Esta se empacotado com péssimo gosto. Poxa é voz geral....
87.	Janja a entrada de vocês foi muito rápida e vocês não pousaram para fotos, fotógrafos estavam aguardando o Presidente LuLa. Um dele chegou abrir braço lamentando
88.	Show de cafonice. Nem gastar dinheiro sabem. Um saco de batata amarrado cintura seria mais elegante.
89.	Eu gosto tanto de ver vocês dois, eu me sinto verdadeiramente acolhida! E vo ser socióloga pra mim faz toda a história ter ainda mais sentido! Eu me inspire demais em uma mulher que lutou tanto pelo o que acredita que além de ser extremamente importante no papel que desempenha ainda tirou a sorte grande de casar com alguém que sempre admirou, que sempre lutou pelo o que um verdadeiro sociólogo acredita! Adoro essa história de vocês ❤️
90.	Inimiga da moda
91.	Elegância passa longe
92.	Que roupa linda!
93.	Que coisa horro ro sa
94.	Torrando o \$\$\$ às custas do povo brasileiro
95.	Muito cafona 😂😂😂
96.	A pessoa sai da pobreza mas... a pobreza não sai da pessoa.
97.	Ostentação
98.	Eita mulher brega
99.	A cafona!!!
100.	Muito elegantes 🍷🍷🍷
101.	Curte viaJANJAR com o dinheiro que nem dela é. 😂😂
102.	Brilhou
103.	Breguice!!!!!!!!!!!!!! Ela gosta disso!!! Do pode!!!!!! Será que ela lê os comentários?????
104.	Nenhum comentário positivo?

105.	 ladr4i
106.	 Que roupa mais horrenda! Mude de estilista, por favor! Esse é sem-noção
107.	 Que linda! O menos sempre é mais amei !
108.	 Essa cortina de quarto de motel aí.
109.	 Que isso 😂😂😂😂
110.	 Que ROUPA é essa?
111.	 Pudim de cana e sua cuidadora biscoitera Esbanja
112.	 Pura elegância 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
113.	 Estilo não se compra!coisa estranha, não acerta um look.
114.	 Diabo é isso.
115.	 @michellebolsonaro , mostra pra Esbanja como ser 1° dama, por favor?!
116.	 Dinheiro Público 🇧🇷🇧🇷🇧🇷🇧🇷🇧🇷
117.	 Quantos comentários invejosos ... Lindaaaaa ❤️❤️❤️❤️... Graças a Deus fiz
118.	 CREDO 😂😂😂😂 Q SUSTO
119	 Aí tô cansado de pagar essas viagens de luxo de vcs, cadê a picanha, cadê a saúde a educação, esse pessoal só fica enganando o povo e é protegido pela mídia
120	 Quanto que eu paguei nessa viagem?
121	 Volta Michele 😭😭😭😭
122	 Que vestimenta horrorosa. 😂
123	 É muito sem Noção!!!
124	 Lindos amo vcs 💕💕💕
125	 Elegantíssima ❤️
126	 Uma vez BREGA, sempre BREGA!!! 😂😂😂😂😂
127	 Janja, como foi se hospedar em um hotel com diária de 95 mil? Você que preza pela igualdade, pelo socialismo?
128	 O casal elegância que a gente ama ❤️
129	 Janja, torço muito por você, mas mude de estilista, contrate um personal styli, você pode!

130	Lindona
131	Linda ❤️
132	Na foto um homem deselegante, olha o paletó desabotoado e a cara de bêbado...
133	Qt deselegância!!!
134	Quanto charme e elegância 😍❤️
135	Muito pesado o vestido e o sapato tinha que 14ser da mesma cor.
136	Bosoloides cuidado com coração ,a inveja maldosa mata com infarto,
137	Brega demais.
138	Feia demais....😂😂😂
139	E mesmo torrando dinheiro é brega
140	Mulher inteligente e de muita classe,beijos janja,e vai Corinthianssssss
141	Ela quis aparecer mesmo , só faltou a Abóbora na cabeça kkkk Sua estilista te Odeia 😂😂😂
142	Sempre maravilhosa
143	A Janja que agora só esbanja, "os pais dos pobres", tá longeeeee
144	Que horror! Desfile de deselegância!
145	O look combinou direitinho com cara dela😂😂😂 tá feio
146	Muito engraçado ver esses dois palhaços desfilando kkkkkkkkk e o melhor não tem classes kkk olha como ele pega na mão dela 😂😂😂😂 que vergonha esses dois !!!
147	Bandido/Cumplic3
148	Linda 🙌🙌🙌
149	Casal sensação pare de nos envergonhar mais ainda 😂😂😂😂😂😂
150	Casal lindíssimo! Merecem o sucesso
151	Olha passei só pra ver o comentários, não achei um favorável 🙌🙌🙌🙌🙌🙌 claro não posso ir sem dar o meu... você é uma vergonha total, aliás você e seu velho ladrão, que Deus abençoe o nosso país.
152	Linda, inteligente, poderosa...o gado morre de inveja de você Janja! Você sim, tem perfil de uma primeira dama.
153	Brasileiro pagando muito imposto e ralando muito para bancar essa máquina que torra nosso dinheiro. Saúde, segurança e educação à míngua!

154	Parece Dalai Lama, cafona demais 😂😂😂
155	Ô casal desengonçado!
156	😊😊 Para 'com quem está amei ❤️
157	Red (Taylor's Version)
158	Ostentando com nosso dinheiro 💎💎
159	@janjalula Vc como sempre elegante digna de uma primeira dama ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️
160	Mau gosto ao extremo, e postura zero para uma primeira dama.....😂😂😂😂
161	Tá precisando pegar umas aulas de etiqueta com @michellebolsonaro
162	Você é a prova viva de que dinheiro algum traz elegância e bom gosto . Meus torrando todo dinheiro que não te pertence (dinheiro público) vc não conseguiu ser uma primeira dama elegante e nem bem vestida . Apenas uma deslumbrada mal acabada !
163	❤️🔥 lindos demais!
164	Linda ❤️
165	Os turistas... Com nosso dinheiro vai a outro país fazendo o brasileiro passar vergonha. Um ex- presidiário presidente, uma ex- amante virando rainha e a ex-amante como 1° dama, esse mundo está de cabeça para baixo msm!
166	Vamos trabalhar? Já viajaram demais e o Pudim de cana parece que ainda tá palanque, bora trabalhar
167	olha esse look ❤️
168	Parece a roupa do harry potter 😂😂😂😂 só que laranja 🍊
169	Sem classe.
170	Minha diarista se veste melhor
171	Que traje é esse???? Tragédia!!!! Kkkkkk
172	Chiquerrima
173	Homenagem a abóbora 🎃😂😂😂😂😂😂😂😂
174	Tem coisas que o dinheiro nunca vai comprar a Janja é um exemplo,,,,, dinheiro ela tem,,,, só falta o glamour....
175	QUANTA GENTE RECALCADA! KKKK
176	Casal lindo 😍
177	Feia e brega

178	Muito lindos elegantes
179	Gente vão cuidar da vida de vocês essa mulher em paz cada um com seu gos
180	Da uma segurada nos botox amada, tá parecendo o boneco do Ken! 😄😄😄😄😄😄😄😄
181	Porra nunca vi tanta gente feia. Vc deve se atualizar. Pede umas dicas pra michele Bolsonaro. Manda um WhatsApp pra ela. Kkkk
182	Lindos!! Deus abençoe sempre ❤️
183	@michellebolssonaro ajuda ela a se vestir melhor
184	Muita ostentação,e o Brasil passando fome
185	Embalagem de catchup.
186	KINGOS ❤️
187	Quer ser a michela Bolsonaro né 😊
188	Volta Michele
189	Governo sem confiança alguma, por isso, fechou o andar todo. Não tem liberdade, nunca terá, kk
190	Acabe e Jezabel
191	👏👏👏 ❤️ os invejosos que morram
192	Bom dia meu presidente forte
193	Brega
194	Que mulher brega!!!! 🙄
195	Muito elegante ela, ❤️❤️❤️❤️
196	Faltou sermos bem representandos , muito deselegantes este casal! Ela nem fala 😄😄😄
197	Tudo às nossas custa né senhora? @janjalula
198	A cuidadora de idosos mais bem paga do Brazzzzilll
199	Ela está linda!! E um detalhe importante...Ela não rouba jóias 🤔🤔🤔🤔🤔
200	Fantasiada de que ? 😄😄
201	Que casal meus amoreees ❤️❤️❤️
202	#michellenosrepresenta

225	A ROUPA É UMA FLANELA DE LAVAR CARRO.
226	Ela tentou fazer parte da coroação aí deu ruim saiu como cone já tá bom
227	Mravilhosossss 
228	Maravilhosa
229	🌟🌟🌟 O DEFASADO TETO DO FIES NÃO É SUFICIENTE PARA ARCAR COM A ALTÍSSIMA COPARTICIPAÇÃO! OS ESTUDANTES ESTÃO ABANDONANDO A FACULDADE E FICANDO ENDIVIDADOS! PRECISAMOS, COM URGÊNCIA, DO FIES SEM TETO! QUEREMOS A VOLTA DO FIES 100% 🌟🌟🌟 #FIESsemteto #FIESINTEGRAL #FIES100%
230	Sra. Primeira-Dama Janja, sabemos que na sexta feira o Presidente da República virá ao Ceará para anunciar novas Escolas em Tempo Integral. Aqui no Estado do Ceará, temos 612 PROFESSORES aprovados no concurso da SEDUC/2018, totalmente aptos para o exercício da função de magistério, aguardando apenas a convocação para contribuir com a manutenção e o desenvolvimento da educação do Estado. Gostaríamos de pedir seu apoio, juntamente ao do Presidente Lula, para que o anúncio dessas Escolas seja prenúncio do anúncio da nossa CONVOCAÇÃO!!! Gratidão!!!
231	95 mil de diária e o salário mínimo aumenta 18 reais?
232	Cafona
233	Precisa de aulas de etiqueta e como se vestir com a eterna Primeira dama @michellebolsonaro
234	Filhinha atenção aos seus estilistas e não dê sua opinião, o resultado é péssimo
235	Janja, você mais do que qualquer um do governo sabe sobre a importância da educação. Nós, professores do Ceará, estamos aqui pra te pedir apoio na nossa luta pela convocação dos professores.
236	Ou mulher muda o estilista! 
237	Bregaaaaa!
238	Elegantes 
239	A cara da riqueza
240	Enquanto Michelle falava em libras essa aí está gastando em libras!!!
241	Meu Deus.. esses look dessa janja  .sem comentários 
242	Pegou a lona do MST. 
243	Se sumir a coroa já sabem em
244	Meu Presidente 

245	ESBANJA SILVA!
246	Esse estilista tá de zueira contigo, mulher 😊
247	Michele maravilhosa se comunicava em libras , a Esbanja gasta em libras!!! 🐱🐱🐱
248	Sem postura. Zero elegância! Quem nasceu pra ser Janja kkkk nunca será @michellebolsonaro
249	"Dinheiro não compra bom gosto !" Não é mesmo dona " Canja"!!
250	Seu estilista é bolsonarista roxo! 😊
251	Nunca vi algo tão feio
252	Verdade que vc está em Portugal gastando dindin nas lojas caras enquanto o bolsa família estão bloqueados ???? Hummm
253	Elegante 🙌🙌🙌🙌
254	Ridícula! Nunca foi elegância isso parece mais uma encomenda embrulhada e papel kraft. 😞😞😞😞😞😞
255	Aí janja, longe de mim querer causar intriga, mas... a galera que te elogia aqui mentindo tá.. tudo nota de 3 reais... 😊😊😊😊😊😊
256	Sinto orgulho do nosso presidente e da primeira Dama ❤️❤️❤️❤️ gente q sabe ser gente!
257	Lindoos 🥰
258	Deusa! Quaquá é infiltrado no partido. Expulsem ele.
259	ESTÃO ENGANADOS OS QUE PENSÃO QUE ROUPA DIS ALGUMA COISA ,O QUE IMPORTA E O CARATER E A DIQUIDADE DAS PESSOAS É ISSO ELA TEM
260	Lindos ❤️❤️⭐️⭐️
261	O melhor de tudo que é o único presidente a estar lá 2 vezes
262	Ilegítim@!
263	Chiquerrima ❤️
264	Meus amores lindos!
265	Que maravilhosa! 🥰 janja querida ❤️
266	Que exuberância ❤️🙌!
267	Parabéns, Janja! O estilo que representa a sua identidade: bela, forte e generosa
268	Lindos. 🥰

269	Dia das bruxas é outro dia, pra ir fantasiada de abóbora. 🎃
270	Misericórdia, porque esta mulher vive assombrando a gente assim. Que locura! É F E I A que dói!!
271	LINDOS !!! ❤️❤️
272	Lindíssima!!! ❤️❤️😍
273	Ridícula!!!
274	Imagino Dona Marisa assistindo isso
275	Simplesmente, linda!! 🙌🙌🙌🙌
276	Linda 🙌🙌
277	Meu Deus q roupa é essa
278	Que lindos ❤️❤️❤️❤️
279	Gente mas que mulher brega.
280	Como é maravilhoso não passar vergonha no exterior. Que alívio! Vc está deslumbrante é seu pisado demonstra segurança e firmeza. Gratidão 🥰
281	criatuuuraaaa que roupa feia é essa, se atualize... ta difícil te ver, cada dia mais ridícula.
282	Tô feliz com o rumo do meu país. Apesar de pouco tempo de governo, nosso presidente já entrou na estrada que vai seguir. E a Janja segue comprometida luta por um país melhor para todos, independente da cor ou modelo do seu vestido. Sejam luzes!
283	Cafona
284	Eu lá quero saber de look , quero saber do meu bolso 😏
285	Lindissima ❤️
286	Mais q Diva
287	Muito chique! Amei o vermelho e o design do vestido! Amaria saber quem desenhou! 🙌🙌🙌🙌
288	Maravilhosa
289	Ekegantes ❤️❤️
290	A meretriz que fez visita íntima na cadeia pra dormir em um hotel de luxo, de 4k a diária
291	Belíssima
292	Liinduss ❤️

293	Obrigado por torra o dinheiro do povo brasileiro
294	LINDOSSSS ❤️
295	O nosso casal Real, pois entendem a realidade do povo brasileiro. @janjalula Histórico!!!
296	O Presidente Lula e a Primeira-dama Janja estão muito elegantes. ❤️🇧🇷🇵🇷 O Brasil no mundo e o mundo no Brasil! ❤️🇧🇷🇵🇷
297	Janja maravilhosa em seus luques 🙌🙌🙌
298	❤️🙌🙌 maravilhosaaa
299	Casal chique 😍 merece aplausos. 🙌🙌🙌🙌🙌
300	Lindos do meu coração ❤️❤️❤️
301	Quem lança moda é elaaaaa ❤️❤️❤️❤️
302	Como sempre muito brega 😊
303	Muda de estilista urgente
304	Pq nao se hospedaram na embaixada???? Custos elevados nessas viagens desnecessarios!!! O povo com 18,00 de aumento e vcs em diarias de 40 mil pr cima
305	Jacu!!Nem o estilista gosta de você kkkkkk
306	Essa mulher não trabalha ? Só viaja é isso mesmo !!! Aproveite que a mamata acabar
307	Mulher chique
308	Cafona deslumbrada
309	Esta Esbanja nao prest@ igual o b@ndido
310	Brega hein ! Além de gastar nosso dinheiro ainda tem mal gosto...
311	CORRUPÇÃO
312	Ela consegue ser pior a cada flash, esse é em homenagem a pomba gira do japão? 🤪🤪
313	Demite esse estilista 😂😂😂
314	Que falta de glamour . Esse profissional tá te saboreando .
315	Lindossss! ❤️❤️❤️
316	Essa roupa realmente está feia.

317	Linda 🥰
318	Janja querida vai lá no perfil de Michele Bolsonaro 👀👀👀 e segue ela BB, vc vai aprender com ser elegante, paga mico não Corre lá 😂
319	Pior impossível!
320	Vamos adivinhar o preço desse look ?
321	Lhe falta tudo inclusive bom gosto e descencia Até senti falta da Marisa 😂😂😂😂 pelo menos com a Avon ela conseguiu ter estilo 😂😂😂 coisa que vc não tem 😂😂😂 usar vermelho na coroação kkk.
322	Meu Deus! Que falta de elegância!
323	Roupa ridícula parece lutador sumô 🤯🤯 affs , de vez pensar em gastar 60 mil e um sofá , compre roupas 😞
324	Gastando o dinheiro do povo Brasileiro!
325	95 mil a diária , nem para usar uma roupa decente
326	👏👏👏👏❤️❤️ lindos
327	Belíssima
328	Nossa Qt despeito, deixa a @janjalula arrasar , ninguém de nós fomos fiiii até descalço estaria arrasando 😂😂😂
329	Vai lutar kung-fu com essa roupa de monje....
330	Casal lindo meu presidente e sua esposa Janja❤️❤️
331	Senhora d,badia kkkkk
332	Que casal companheiro!? 🙌🙌❤️ lula vcs estão pra lá de bakd 😂😂😂🙌🙌
333	Imagem do inferno 🤢🤢
334	Gente q mulher bregaaaaa slk tem q rir 😂😂😂😂😂
335	Lindos 🥰👏👏
336	ESQUERDA ESQUERDA ESQUER 🤡🤡 DA ESQUERDA ESQUERDA ESQUERDA!;!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! 🤡🤡🤡🤡🤡🤡🤡🤡🤡🤡
337	Que roupa brega!
338	Espanja, diária de 90 mil... até o fim do governo estamos na merd@
339	Só me dá orgulho ❤️❤️
340	Talvez Fanta ou sukita kkk
341	👏👏👏👏👏 Muito elegante!

342	Maria Mendonça estava errada amante tem lar sim 😄😄😄😄
343	Eita que a breguice chegou e ficou. Presidenta ESBANJA com sua capa do Batman e o primeiro damo MOLUSCO com seu terno de milhões, mas que não fecha.
344	Kkk janja linda maravilhosa, continue assim, ao menos não roubamos joias 😄
345	Quem é brega pode ter dinheiro mas continua brega
346	Foi nessa hora que não quis dar a mão pro mariDRÃO 🤔🤔🤔🤔🤔
347	Casal top e de verdade nos representando na comunidade internacional novamente 🙌🙌🙌 Tem que fazer inveja mesmo aos anti 😄😄😄
348	Faz um vídeo de vcs dois fazendo skincare, um passando óleo de peroba no outro, vai fazer sucesso. 😄
349	Rapaz ela nem segura na mão do molusco kkk
350	Meu Deus é breguice atrás de breguice. mulher contratará alguém pra te ajuda com roupa que roupas feias só parece capa de chuvas
351	Ahhh que lindos ❤️❤️ @janjalula super elegante como sempre.
352	Ahhh que lindos ❤️❤️ @janjalula super elegante como sempre.
353	❤️..mas que tá faltando brasilidade, tá.
354	Simplesmente esplendita!
355	Meu presidente e a nossa dama .janja e lula
356	Lindos
357	Que elegância! ❤️
358	Linda como sempre! 🙌
359	Que feio ameaçar rasgar certidão de casamento pra ter cargo político 😄😄.
360	ONDE FOI QUE ARRUMOU ESSE PANO DE CHAO MULHER 🔥🔥🔥🔥🔥🔥
361	Manda essa mulher ir para o Brás ou para estação da luz misericórdia quanto mal gosto tá feio já
362	O estilo olhou e falou "vó passar bem longe" 😄😄😄😄😄😄
363	Muito elegante Janja 🙌🙌🙌 🤩
364	Vão no Google, escrevam "esposa" e cliquem na primeira sugestão 😄😄😄😄😄😄
365	Louco de vodka , as 3 da manhã + 50,00 no bolso !! Conhece essa história!!

366	Aff! Perfeita! ❤️
367	Nossos representantes! ❤️😍 Agora os temos!!!!❤️😍 Deus os abençoe! 🙏
368	QUE GRANDE ORGULHO,SUPER BEM APRESENTÁVEL.....
369	Simplesmente elegante!
370	Musa poderosa minha primeira dama 😍😍😍😍😍 a gente ama muito. É mu orgulho ter um mulherão desses, inteligente, ativa nos representando. Só elog e muita paz no meu coração.
371	Maravilhosa 😍
372	Cafona não chega nem ao pés da Michele
373	❤️❤️❤️❤️maravilhosa
374	Quanta elegância 😍😍
375	Amei ❤️❤️❤️ super elegantes Adoro a@cor da roupa da primeira Dama
376	Admiro a coordenação de looks da Janja. Ela, sendo ela mesma!! Não adianta bolsominios ficarem falando besteiras. Ela e o presidente Lula são chiques mesmo.
377	Olá dona Janja, como vai a suíte de diária de 95 mil? Ela serve pra acomodar bem suas peças chiques e caras compradas nessas viagens que você faz com seu marido?
378	Janja está linda cada um veste do Jeito que senti bém. Não estamos no mund para agradar ninguém temos que ser felis.porque tudo é passageiro.so temos uma certesa que quando MORREMOS não vamos levar nada.bonito e aquela pessoa que vê o defeito do próximo e não fala nada.Jesus não gosta de falad Jesus que um mundo de paz não de briga.
379	LINDOOOOSSS JANJA + LULA = JAULA 😍😍😍😍😍
380	Oi amiga, não sou petista, mas pedi pro seu estilo tentar um kibbe romântico próxima. Amei as cores monocromática apesar de ter tido intenção petista na cor, e os sapatos gostei, mas apostaria no vermelho, e o cabelo não combinou em terreno de realeza cabelo solto é rainha. Xeruuuu da Mari, vai gastar nosso dinheiro? Gasta pelo menos direito mulher, pq dá mais desgosto ainda esses teus looks. Não é mensagem de ódio, se eu fosse sua amiga eu lhe falaria do mesmo jeito e se eu fosse petista ao que eu dizia mesmo kkkk pq vcs podem falar tudo o contrário não. 😊
381	Perfeita aaah. Michelle bolsonaro, passa mal de odioooo
382	Janja RAINHA!
383	Uma Diva simpática 😊
384	O recalque das invejosas tá grande 😊😊

385	Dona esbanja, quanto custou seu look?
386	Capitalismo pra mim, socialismo pra vocês (povo). #foratula
387	Mostra suíte de 100mil diária tô curioso!!
388	Nossa! Que delícia de imagem. Civilidade...
389	Cafonaaaaa
390	Casalção bem mais "cool" que Charles+Camila 🍑🍒
391	Maravilhosos!
392	Mana, faz um teste de id pra ver se acerta um look
393	@janjalula ...se vai ostentar com o dinheiro do povo que passa fome no Brasil pelo menos faz correto. Criatura, vê se algum estilista bom, topa te vestir (ja q o da ex primeira dama nao aceitou)e aceita que tu é cafona e melhoraaaaa.... rasgando dinheiro e passando vergonha. Tenta o estilista da ex primeira dama @marcelatemer ... vai que ele topa. Pq @marcelatemer também é símbolo de elegância.
394	Gente humana é muito chique e linda né gente? 😍😍😍😍😍😍😍😍
395	Que orgulho, gente!!!! 🙌🙌🙌🙌🙌
396	Maravilhosa!!! 😍❤️🙌🙌🙌🙌
397	Usa o dinheiro dessa diaria milionária pra da um trato na cara e nessas roupas
398	Janja, te amo, mas muda de estilista urgente!
399	Desqualificada, só está com esse por \$\$\$\$
400	Esbanja Janja, um dia o dinheiro acaba!!!!!!
401	Como sempre brega
402	Um vestido pior que o outro 😂😂😂😂😂😂😂
403	Linda
404	👏 linda e elegante.
405	Dama de vermelho ❤️
406	Lindos! 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
407	Que DEUS abençoe muito o senhor presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a querida primeira dama Janja. Que seja quatro anos de muitas vitórias e suces

	Vamos transformar o Brasil.
408	Tá parecendo que pegou a cortina do hotel e fez um improviso 🏠 ô mulher brega 🔥
409	Gente a cor da roupa é linda a mulher elegante não tá usando nem um colar n valor de 16.5 bilhões 🙌🙌🙌🙌
410	Quanta elegância desse lindo casal 💕 parabéns Janja e Lula 🙌🙌🙌 Deus abençoe vocês nessas trajetórias.
411	COMO E GASTAR 95 MIL EM UMA DIÁRIA????MDS
412	Maravilhosa!!!!!!
413	Lindos! Nossos queridos! São super demais!!
414	Casal chique! ❤️❤️❤️❤️❤️❤️
415	O look dessa MULHER 😍😍😍😍😍😍
416	Ela é maravilhosa . Não precisa de muito para brilhar 😍🇧🇷
417	Pura elegância 😍
418	Arrasô
419	Janja gatissima 😍
420	Fantasiada de abóbora 🎃🎃🎃🎃
421	Como eu não tenho advogado no STF, vim curtir quem teve coragem.
422	Eta casal lindo ! Deus os abençoe , proteja e fortaleça ! 🙏
423	Lindos 😍😍😍
424	Que lindos ❤️
425	Diva 🙌 simples e elegante ❤️🙌
426	Maravilhosa! Que orgulho da nossa primeira dama! ❤️
427	Maravilhosos! Elegantes! ❤️❤️❤️❤️❤️🇧🇷🇧🇷🇧🇷
428	Vida de turistas vai Bem heim...
429	Elegância é tudo 😍
430	Ser Elegante é fácil, ter caracter não é pra qualquer uma
431	Lindos!!! 😍😍
432	Elegante, bonita e inteligente!!!

433	Casal maravilhoso 🥰
434	Parabéns @janjalula por esbanjar o dinheiro do contribuinte assim , enquanto milhares tiveram seus benefícios cortados você vive a vida de uma capitalista sem trabalhar e produzir nada pois o estado nada produz se não produz você gasta dinheiro de quem trabalha pesado e as vezes não tem dinheiro para o p parabéns
435	Linda !
436	Aaain 😍
434	Meu Deus, quanta roupa feia 😞
435	😍😍😍😍 sua linda ❤️
436	Muito elegante!!!!
437	Casal maravilhosa! Que amamos! Nosso Presidente Lula e Primeira Dama! 😍😍😍😍
438	Lindos ❤️❤️❤️ Janja estilosa e elegante 🙌🙌🙌🙌🙌🙌
439	Casal lindo!!! ❤️❤️❤️🙌🙌🙌
440	É muita lindeza 😍❤️
441	Linda!
442	Muito elegantes e felizes
443	Lindíssima
444	Era lindona 🙌🙌🙌
445	Uau!!! 🙌🙌🙌🙌🙌
446	Casalção 😍😍
447	Linda !!!!!
448	Linda Janja!! 🍷🍷🍷🍷
449	Casa top 🙌🙌🙌❤️❤️
450	Linda!
451	Casal top demais 🙌😍🙌🙌 lindos elegante maravilhoso 🙌🙌
452	Tá parecendo uma abóbora madura !
453	Quanta elegância, primeira dama! ❤️
454	Linda maravilhosa ❤️❤️

455	Mulherzinha Brega
456	Casal elegante 🙌🙌🙌
457	Lindezos! ❤️
458	Diva 🙌🙌🙌
459	Casal lindo! 🙌❤️❤️
460	Arrasou ontem de amarelo,e hoje esse vermelho perfeito. Aprovada
461	Casal lindooooo!!!!
462	Maravilhosa
463	Nossa primeira Dama show 🙌🙌🙌
464	Gastando nosso dinheiro em um piscar de olhos.
465	@tiacrey corre aqui!!!
466	Vocês me encham de orgulho de ser Brasileira ❤️
467	@lulaoficial é o MAIOR LÍDER político da AMÉRICA LATINA de todos os tempos... Não somente maior presidente que o BRASIL já teve.. Parabéns presidente... Se puderem sigam @ativosdaamazonia perdi clientes por meu posicionamento político
468	😍😍😍😍😍 linda demais parabéns primeira dama 🇧🇷❤️🇧🇷🙌❤️🇧🇷
469	Lindaaaa 🙌🙌🙌❤️ arrasou!!! Agora sim!!!! 🔥🔥
470	Maravilhosa!
471	Perfeita demais belíssima 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
472	Um LuXooo 🙌🙌🙌😍
473	Janja dando moral aos estilistas brazucas!! Isso é que é patriotismo!! 😊❤️
474	Maravilhosos ❤️❤️
475	Maravilhosa ❤️
476	Amei o vermelho pt 🔥😍
477	Hotel a 100 mil reais a diária ??? Quem tá pagando a conta ? Viva a mãe dos pobres que AMA um CAPITALISM0000!!!!
478	Esse estilista, ou ela, tá acabando contigo janja. Kkkkkk
479	Lindos ❤️❤️

480	Maravilhosa 🍷
481	Que casal belíssimo
482	Brega é pouco 😂😂😂😂
483	Lindos 🥰🥰🥰 @janjalula elegante linda
484	Casal raiz ❤️❤️
485	Que lindos!!!
486	Casal abençoado que Deus abençoe 🙏🙏 é cuide de vcs
487	Eita... PQP 🍷👏👏👏👏👏👏👏👏
488	Jura que ela tem um estilista?
489	Lindaaaa maravilhosa 🙌🙌🙌🙌
490	Maravilhosossssssss do meu ❤️
491	Parece uma pic4nh4 kkkk!!! A das visitas íntimas!!! Deseleg4nt3!!! Alpinist4 social kkkkkkkkkkk
492	Presidente tá alterado alcoolicamente, certeza tá cego de álcool...e a patroa arrastando ele como sempre
493	A senhora é muito cafona
494	O estilista só pode ser bolsonarista
495	Dê a mão para seu sapo encantado querida ESBANJA 😂
496	Essa da aula de breguice 😂
497	Gastando dinheiro público...
498	Que charme, esta família presidencial 🥰❤️💙
499	Tá zoada
500	Parecendo um frasco de heinz
501	Oxi deixaram a porta do cemitério aberto NÃO tem bom gosto é cafona e breg
502	O manequim era m aior
503	Enquanto o Bolsonaro ficava em Embaixadas a custo zero. Esses aí ficam nas suítes mais caras. É capitalismo pra eles e socialismo pro resto do Brasil.
504	Essa nossa primeira dama é a cara do deboche!!! 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

505	Janja enaltecendo a moda brasileira, usando roupas assinadas por estilistas nossos, pessoas renomadas na moda mundial e os "stylists" da shopee querendo dar palpite... Tem gente que não se enxerga mesmo!
506	Michele bolsonaro só serve para ensinar furto de joias caras, janja vc estava linda
507	Arrasou Janja 🙌
508	Lindíssima nossa primeira dama
509	Mais terceiro mundo, impossível 🙌🙌🙌
510	Gastando o nosso dinheiro aí né 😬😬
511	Linda , elegante e ao mesmo tempo alegre e despojado, perfeita ❤️
512	Vc é simples e maravilhosa
513	Ketchup
514	Casal top ❤️❤️🙌
515	Meus Deus! Quanta vergonha alheia!!!! É muito brega!!!
516	Gastar o dinheiro que não é seu é fácil! Queria ver se saísse do seu bolso! Do suor do rosto 😬
517	Tava linda
518	Que horror esse vestido
519	Arrasou @janjalula
520	Lindos! ❤️🙌🙌🙌🙌
521	Juíza?!?! O vestido do dia anterior estava infinitamente mais bonito.
522	Lindos 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
523	Se colocar essa foto, no maço de cigarro a galera para de fumar!
524	LINDOS e melhor, do BEM!
525	Linda!
526	Até que a mulher do lula se parece com a rainha Camila 😬
527	Casal 100000000!!!! ❤️🙌🙌
528	SALVE PRESIDENTE LULA, DIGNAMENTE REPRESENTANDO O BRASIL
529	Que perua 😂😂😂😂 Brega
530	Parabéns pra o grande presidente do Brasil LUIZ INÁCIO LULA DA. E a primeira

554	A primeira dama está muito elegante e simpática
555	Looks like English! ❤️👏👏👏👏👏👏👏
556	Saudades, Michelle.
557	Orgulho do nosso presidente e de Janja
558	Bela, elegante e fina 👏👏👏
559	Parabéns lindos ❤️❤️❤️❤️👏👏👏👏👏
560	Só a cerimônia..
561	DEUS ABENCOE
562	Não gostei! A roupa deve ficar boa numa modelo! Se tivesse usado uma peça clássica? 🖐️🖐️🖐️🖐️🖐️🖐️🖐️🖐️
563	gataaaa
564	Parabens janja representa o Brazil. E a mulher Brasileira
565	Elegância com simplicidade brasileira ☺️ que linda ! 👏👏👏👏👏👏👏👏 obg relações 👏👏👏👏👏👏👏 sabe aquilo que jamais deveria deixar de encantador aquilo que em dias como hj muitos fácil perdem a graça por achar que não é bonito ? Vejam a primeira Dama Mulheres e saibam são as Mulheres que precisam entender isso ☺️ o longo o interessante oh não é o sim que muitas deixam o que poderia ser pra vida toda ☺️☺️ o menos no olhar é o mais no afetivo 👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏
566	Simplicidade e elegância do casal. Simplesmente um show.
567	Ficou linda
568	Enquanto vcs esbanjam o dinheiro público o pobre que se vire com 18,00 de aumento no salário mínimo.
569	Aaain 😍
570	Meu Deus, quanta roupa feia 😞
571	😍😍😍😍😍 sua linda ❤️
572	Muito elegante!!!!
573	Casal maravilhosa! Que amamos! Nosso Presidente Lula e Primeira Dama! 😍😍😍😍😍
574	Lindos ❤️❤️❤️ Janja estilosa e elegante 👏👏👏👏👏👏
575	Casal lindo!!! ❤️❤️❤️❤️👏👏👏
576	"Da tir0 com a pólvora dos outros e bom de mais.. nos Brasileiros e que estão pagando esses passeios de Janja que não traz nada de bom ao nosso país"

577	É muita lindeza 😍❤️
578	Linda!
579	Lindíssima
580	Era lindona 🙌🙌🙌
581	Uau!!! 🙌🙌🙌🙌🙌
582	Casalção 😍😍
583	Linda !!!!!
584	Linda Janja!! 🍷🍷🍷🍷
585	Casa top 🙌🙌🙌❤️❤️
586	Linda!
587	Lindos! ❤️
588	Casal top demais 🙌😍🙌🙌 lindos elegante maravilhoso 🙌🙌
589	Tá parecendo uma abóbora madura !
590	Linda demais nessa roupa ❤️
591	Quanta elegância, primeira dama! ❤️
592	Linda maravilhosa ❤️❤️
593	Mulherzinha Brega
594	Casal elegante 🙌🙌🙌
595	Lindezos! ❤️
596	Diva 🙌🙌🙌
597	Casal lindo! 🙌❤️❤️
598	Arrasou ontem de amarelo,e hoje esse vermelho perfeito. Aprovada
599	Casal lindooooo!!!!
600	Maravilhosa
601	As críticas é só recalque, A NOSSA PRIMEIRA DAMA DO BRASIL FICOU PERFEITA, LINDA, e não quis imitar ninguém sempre ela mesma PARABÉNS A CASAL MARAVILHOSO NOSSO PRESIDENTE LULA E A NOSSA PRIMEIRA DAMA ❤️❤️🙌🙌🙌

602	Kkkkkkk chega a ser cômico se não fosse um descaso com o suor da população brasileira, ter que pagar 95 mil reais por dias para dois perturbados ir assistir a coroação de um velho, acordem o país esta passando por diversos problemas e vcs de férias
603	Linda maravilhosa nossa rainha 🥰👏
604	Maravilhosa!!!!
605	Mulher do céu!! Trova esse estilista urgente! Ele é do mal!!
606	Linda arrasou
607	Maravilinda!
608	Quem é a estilista?
609	Elegantíssimos ❤️❤️
610	Nem todo o dinheiro que esbanjam permite-lhes elegância 😬
611	Canja, biscoitera, cuidadora do pudim de cana
612	Tão abusando do dinheiro público na campanha não falaram isso era ajudar o povo agora estão gastando o nosso dinheiro né misericórdia o Brasil não tem jeito, Quando vocês vão visita os Estados Brasileiros pra ver as necessidade que o povo tá passando
613	Agora sim, voltamos a ter uma Primeira Dama de Respeito!!!
614	Lindos, elegantes, inteligentes e muito amados! ❤️❤️
615	Lula ,sua cara de bom moço não nos engana não 👍
616	@janjalula qual o valor da diária hotel?
617	Que casal elegante ❤️
618	Amores da vida 😍❤️❤️
619	Amei ❤️
620	Parabéns para seu look, vermelho (a cor do amor) perfeito, @janjalula, cada vez me surpreende com a sua elegância, postura de primeira dama de verdade.
621	Parabéns 👏👏👏🥰
622	Difícil é explicar tudo o que é twoh é difelenrheh 😊 nós entendemos bem 🤔 Relações obg pela postagem linda Ela né ☺️ 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
623	Me representa,primeira Dama! Reverentemente,impecável ! ❤️
624	Essa e a esbanja gastando mais que o marido...

625	Meus pais ❤️
626	Chiquérrima!
627	Credo
628	Casal do ano
629	Que elegância essa mulher. Nossa senhora!!!!!! 😍
630	É engraçado o efeito que colocaram nessa adoro. Lulinha tá parecendo o super Man rss. Prefiro ele sendo ele mesmo ❤️
631	@janjalula Você e o Presidente @lulaoficial novamente arrasaram e limparam nome do Brasil, que havia sido jogado na lama pelo mintoroso. Você estava tão linda e elegante. 😘
632	Deus é maravilhoso!!! Lindo ver o Lula sendo honrado por Deus ❤️🙌
633	Vergonha atrás de vergonha em todos os sentidos....SOCORROOOOOO
634	Vendo as roupas dela, acho queria não tem estilista. Deve usar roupa da Shein...😂😂😂
635	Breg@.
636	Meu presidente e minha chará, amai 🥰💕
637	Lindos e elegantes ❤️❤️
638	QUE DII AABO É ISSO
639	Elegante? Onde? 😂😂 Os dois estão péssimos!! Ele todo amassado com barrigão saindo pelo paletó aberto E ela? Bom Cafona! Vestido mal cortado, de péssimo acabamento, todo todo repuxado na barriga saliente e na barra E ainda com a manga maior Larga de gastar \$\$ com besteira e aprenda a se vestir 😂
640	Belos por dentro e por fora 😍
641	A primeira dama está muito elegante e simpática
642	@janjalula ...se vai ostentar com o dinheiro do povo que passa fome no Brasil pelo menos faz correto. Criatura, vê se algum estilista bom, topa te vestir (já que a ex primeira dama não aceitou)e aceita que tu é cafona e melhoraaaaa...t rasgando dinheiro e passando vergonha. Tenta o estilista da ex primeira dama @marcelatemer ... vai que ele topa. Pq @marcelatemer também é símbolo de elegância.
643	Gente humana é muito chique e linda né gente? 😍😍😍😍😍😍😍
644	Que orgulho, gente!!!! 🙌🙌🙌🙌🙌
645	Maravilhosa!!! 😍❤️🙌🙌🙌🙌



668	<p>*PROVÉRBIOS 29:2-4*</p> <p>"Quando o governo é formado de homens justos e honestos, o povo vive feliz; mas, quando os líderes de uma nação são maus e desonestos, o povo chora de tristeza".</p> <p>"Um rei justo e honesto ajuda seu país a crescer e viver em paz; o rei que quer ficar rico às *custas do povo* acaba destruindo sua nação". ARREPENDA ENQUANTO HÁ TEMPO. JESUS/DEUS TE AMA.</p>
669	Elegância ❤️ musa, 😊
670	Não concordo com o esbanjamento e isso não tem nada de Bolsonarismo. Sou Brasileira e torço pelo Brasil e de coração gostaria de ver as ações combinando com o discurso. Vocês não fizeram nada além de esbanjar, perseguir adversários políticos e falar besteira.
671	O pai e a mãe dos pobres só gastando o nosso dinheiro 💰
672	Lindíssima,e muito elegantes
673	As críticas é só recalque, A NOSSA PRIMEIRA DAMA DO BRASIL FICOU PERFEITA, LINDA, e não quis imitar ninguém sempre ela mesma PARABÉNS A CASAL MARAVILHOSO NOSSO PRESIDENTE LULA E A NOSSA PRIMEIRA DAMA ❤️❤️👏👏👏
674	Vergonhaition 😊
675	Meu Deus! A Esbanja foi de vermelho!!! 😂😂😂😂😂😂
676	Parabéns lulao vc arrasou 👏👏👏👏
677	Como está linda a primeira dama,nosso presidente bem representado 👏👏👏👏👏👏👏👏❤️❤️❤️❤️
678	Ketchup?
679	Meu presidente ❤️
680	Ridículos
681	Que Deus continue abençoando esse casal.
682	Maravilhosa ❤️
683	Arrasou 😍😍😍😍😍
684	A finada Marisa era mais bonita elegante se vestir bem não tem comparação conversa como estilista dela
685	Lindíssima
686	Mas tô achando que é muita energia, exagerou tanto que foi um choque! O meu gosto é gritante! 😂😂

687	Cedo ou tarde a hora de vcs vai chegar! Aproveitem enquanto é tempo...kkkk. 👏😊
688	Gosto assim...vai pra cima lula..pra cima janja..
689	Misericórdia!
690	Gastar dinheiro que não é deles é fácil.
691	Anteontem estava fantasiada de sachê de mostarda, ontem estava de sachê de ketchup...
692	Que lindos 😍
693	Os comentários 🙄
694	Janja está mega elegante!! Meu Lula nem se fala!! Lindão 😍😍
695	Janja toda gata..nosso lindao lula poderoso...uiii chamaaaa nos invejosos de plantao..
696	♥♥♥♥♥maravilhosa
697	Quanta elegância 😍😍
698	Amei ♥♥♥♥ super elegantes Adoro a@cor da roupa da primeira Dama
699	Admiro a coordenação de looks da Janja. Ela, sendo ela mesma!! Não adianta bolsominios ficarem falando besteiras. Ela e o presidente Lula são chiques mesmo
700	Olá dona Janja, como vai a suíte de diária de 95 mil? Ela serve pra acomodar bem suas peças chiques e caras compradas nessas viagens que você faz com seu marido?
701	Janja está linda cada um veste do Jeito que senti bém. Não estamos no mundo para agradar ninguém temos que ser felis.porque tudo é passageiro.so temos uma certeza que quando MORREMOS não vamos levar nada.bonito e aquela pessoa que vê o defeito do próximo e não fala nada.Jesus não gosta de falad Jesus que um mundo de paz não de briga.
702	Elegantíssima, minimalista e passando seriedade e humildade. Arrasaram
703	40mil a diária do hotel? riem do povo né?
704	Que look ♥♥♥♥
705	Parabéns janja vc se veste muito bem amo cada roupa todas são lindas
706	👏👏👏
707	Roupa ridícula

727	Não concordo com o esbanjamento e isso não tem nada de Bolsonarismo. Sou Brasileira e torço pelo Brasil e de coração gostaria de ver as ações combinando com o discurso. Vocês não fizeram nada além de esbanjar, perseguir adversários políticos e falar besteira.
728	O pai e a mãe dos pobres só gastando o nosso dinheiro 💰
729	Lindíssima, e muito elegantes
730	As críticas é só recalque, A NOSSA PRIMEIRA DAMA DO BRASIL FICOU PERFEITA, LINDA, e não quis imitar ninguém sempre ela mesma. PARABÉNS AO CASAL MARAVILHOSO NOSSO PRESIDENTE LULA E NOSSA PRIMEIRA DAMA. ❤️❤️👏👏👏
731	Kkkkkkk chega a ser cômico se não fosse um descaso com o suor da população brasileira, ter que pagar 95 mil reais por dias para dois perturbados ir assistir a coroação de um velho, acordem o país está passando por diversos problemas e vcs de férias
732	Linda maravilhosa nossa rainha 🥰👏
733	Maravilhosa!!!!
734	Mulher do céu!! Trova esse estilista urgente! Ele é do mal!!
735	Linda arrasou
736	Maravilhosa!
737	Quem é a estilista?
738	Os comentários me assustam de verdade, pelo amor Deus que foda a roupa dela e do I4dr40, eles precisam governar o Brasil que está cheio de problemas.... Não ficar gastando rios de dinheiro público com hotéis caros viagens desnecessárias
739	Elegantíssimos ❤️❤️
740	😬
741	😬😬😬😬😬😬😬😬😬😬
742	Nem todo o dinheiro que esbanjam permite-lhes elegância 😬
743	❤️❤️❤️👏👏👏
744	Tão abusando do dinheiro público na campanha não falaram isso era ajudar o povo agora estão gastando o nosso dinheiro né misericórdia o Brasil não tem jeito, Quando vocês vão visita os Estados Brasileiros pra ver as necessidade que o povo tá passando

745	Agora sim, voltamos a ter uma Primeira Dama de Respeito!!!
746	Lindos, elegantes, inteligentes e muito amados! ❤️❤️
747	Lula ,sua cara de bom moço não nos engana não👍
748	❤️❤️
749	@janjalula qual o valor da diária hotel?
750	Que casal elegante ❤️
751	😞😞😞😞😞😞😞😞😞😞
752	Amores da vida 😍❤️❤️
753	Amei ❤️
754	😞😞😞😞😞😞😞😞😞😞
755	❤️❤️👏👏👏👏
756	Parabéns para seu look, vermelho (a cor do amor) perfeito, @janjalula, talvez me surpreenda com a sua elegância, postura de primeira dama de verdade.
757	Parabéns 👏👏👏👏👏
758	Difícil é explicar tudo o que é twoh é difelenrheh 😊 nós entendemos bem 🤔 Relações obg pela postagem linda Ela né ☺️ 👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏
759	lindos ❤️❤️❤️
760	Amei!!!❤️❤️
761	Tá vestida de abóbora do dia das bruxas
762	Poderosa 👏👏👏👏👏👏
763	Isso que é convidado. A ficar dentro da Basílica de Westminster. Arrasou Casal lindo 😍👏👏👏👏. Nosso maior e melhor além de verdadeiro Estadis ❤️
764	Casal Kren e barbrega 😂😂😂😂
765	🎃🎃🎃🎃🎃🎃
766	😍😍
767	@janjalula

768	lindos Deus esta contigo Presidente Lula. Te Protegendo onde voces dois estiverem. 🙌
769	Esse casal nos envergonha sempre por algum motivo e ela está mostrando que dinheiro (roubado) não compra elegância, beleza, discrição.
770	Arrasaram na terra do rei 🙌🙌
771	Linda Janja. Ta simplesmente linda. Te Amo janja ❤️🌸❤️
772	É muito brega
773	🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
774	Arrasou
775	Chic mesmo é fazer parte de milícia!
776	Maravilhosos!
777	🙌💖 lulinha janja nossa janja
778	Cafona e gastadora. Só os móveis que ela escolheu sem necessidade no Palácio do alvorada chegam a mais de 200 mil. Escolheu uma mesa ridícula pensando que é Palácio do rei da Inglaterra. Com dinheiro do povo. Lamentável
779	❤️❤️❤️❤️❤️
780	Linda, uma simpatia.
781	🙌
782	Maravilhosos!!! ❤️❤️
783	Casal de milhões 🙌🙌🙌 SQN
784	Muito chique 🙌🙌🙌
785	E as venenosas e venenosos só vão soltar o veneno
786	Lindos na festa em Londres q honra
787	Show de horror
788	Casal lindo esses eu respeito
789	Primeira-Dama 👑🙌
790	Conheça nossos produtos e se desejar compre no link a seguir ❤️







	https://mmn.janrose.com.br/loja/Wedson
791	Capitalismo pra mim . Socialismo pra vcs
792	Lindo demais e os detalhes nas mangas, perfect!!!!
793	
794	Lindaaaa simpática, e educada...
795	Contrata um estilista querida. Por favooooooooooooo 
796	"Quem é essa menina de vermelho? vim no insta só pra ver ELA, dando laque na coroação" 
797	Pai dos pobres e D Esbanja 
798	Não tem um figurino que presta ! Cruzes!
799	
800	Promeira dama de respeito.
801	
802	
803	Dress Code tons pastel! Não segue uma regra se quer.
804	O pai dos pobres esbanjando o dinheiro público... janja mto cafona
805	
806	
807	Que roupa é essa 
808	E o nosso 
809	A manga do vestido simbolizando o tamanho do rombo que tão fazendo c dinheiro público.
810	Ketchup
811	Eu sou fã do estilista dela 
812	Gata linda 
813	Lindoos!

814	Quanta deselegância. Gente, quem é o estilista que tá destruindo essa mulher?
815	Um dia a marmíta tinha mostarda e no outro ketchup.
816	Pais ❤️
817	Inimiga da moda 😂😂😂😂
818	O pudim de cana e sua cuidadora biscoitera
819	Divina, maravilhosa e poderosa. 🙌🙌🙌
820	BREGA!
821	Lindos!
822	ALGUEM CONHECE O DEMONIO E A DEMONIA DE SAIA ESTA AI ENTAO JA CONHECERAM
823	São uns deslumbrados. Classe passou longe. Nunca chegaram nem aos pés do nosso eterno presidente Bolsonaro e nossa única e sempre primeira dama Michelle
824	🤢🤢🤢🤢🤢🤢🤢🤢🤢🥕🍷
825	Quem tem um estilista desse nem precisa de inimigas kkkkkkkkkkkkkkk! 🥕🤢🤢
826	Pai e mãe dos pobres, esperava que gastassem menos. Só isso, essa com esta cara
827	Kkkkk o gente... ajudam ela coitadinha... meu Pai amado... kkkk
828	Diárias de 95 mil
829	Luxo, poder e glória... ❤️
830	18,00 reais pra vcs e para eles diária de 95 mil. Papai dos pobres, acredite 🤡🤡🤡🤡
831	Oi jana trem linda
832	🍷🍷🍷
834	🙌🙌🙌🙌
835	🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌

836	Lula e Janja elegantíssimos. Esse sim, e um presidente que nos orgulha e faz o Brasil a ser respeitado. 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
837	95 mil uma diária??????
838	Kkkkkkkkkk... COMO SE VESTE MALLLL!!
839	Elegantíssimos !!! Lindo de se ver !
840	Arrasou
841	Brega
842	Essa primeira dama sim tem meu respeito 🙌🙌🙌
843	Belíssima 🙌
844	❤️
845	Laranja kk
846	Chiquerrimos
847	Torrando nosso dinheiro nos hotéis mais caros do mundo. Pq não fica em hotel mais barato ???
848	95 mil em uma diária? Pai dos pobres tá on!
849	Lindos 😍❤️
850	Cafona 😏😏
851	Maravilhosos ❤️
852	🙌🙌🙌🙌 Nossa excelentíssima Primeira Dama !!!
853	😁
854	Estilista amigo do Bozo
855	Linda Janja deicha os recalque falar a inveja e fo...
856	🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌
857	Ontem de mostarda, hoje de Ketchup, amanhã de maionese 😊
858	Nunca achei q eu fosse dizer isso p/uma mulher casada, mas... Janja é um mulher de sorte ❤️. Lula tbm é um homem de sorte, mas a Janja ❤️
859	MISERICÓRDIA!!!+
































860	Lindos 🙌🙌🙌🙌🙌🙌
861	PQP a mulher do Nine tá parecendo um extintor de incêndio 😂😂😂😂😂
862	Inimiga do estilista 😂😂😂😂😂
863	❤️❤️👑👑
864	Janja, além de parecer um ketchup, estar super deselegante para a ocasião nem segura na mão ou no braço do seu marido. Vi o vídeo que você esqueceu dele 🤔🤔
865	Dona @janjalula pelo amor de deus troca sei estilista pois esse é seu inimigo .affff
866	Roubaram a toalha de mesa de um cabaré 😂😂😂😂
867	🙌🙌🙌🙌🙌🙌❤️❤️❤️❤️ Perfeitos!!!! Lindos!!!!!!!
868	https://lulacerda.ig.com.br/consultoras-regina-martelli-e-paula-acioli-comem-trajes-da-primeira-dama-janja-em-londres/ "Estou bonita"? 😂😂😂 Est aí a resposta...
869	Ameiiii
870	❤️❤️nosso orgulho ❤️❤️❤️
871	Coroação ou Festa do Brega?
872	Uma mulher sem charme pode vestir roupa de grif montada no ouro que não tem elegância
873	A Enfermagem tem pressa, cadê o piso nos contracheques? @lulaoficial @nisiatrindadelima @ruicostaoficial @padilhando @simonetebet @fernandohaddadoficial @rodrigopacheco @oficialarthurlira
874	Queremos ver rasgar a certidão de casamento 😂😂😂
875	Jamais vai representar o povo brasileiro 🤔🤔🤔
876	🙌🙌🙌🙌🙌🙌
877	Não pega brilho nem coberta de ouro !!!!!
878	Mulher sem classe e sem finesss
879	Maravilhosaaaaa! Nossa primeira dama, sinto muito, mais aceitem. Quem não gosta não precisa comentar, só perde tempo! Bem vestida sim, cor quente sim, elegante sim! Aí não é desfile de moda, e nem de corpo pra ver quem fez lipoaspiração,

	<p>troca de silicone e harmonização facial. Nem tampouco, desfile de miss. Quem tem que chamar atenção são os anfitriões, ou seja, os coroados. @janjalula o gosto é seu, quem tem que se sentir confortável é ela. Ah...refrescando a memória... Ela não gosta de usar diamantes. Talvez em outra ocasião queridos! Beijos de luz!</p>
880	É muito bom gastar o dinheiro público!
881	Vivendo uma vida que ela nunca imaginou!! Viva o dinheiro público!!
882	Look bem Estrela 🌟 vermelha ❤️❤️
883	Nunca nem chegará aos pés da elegância de @michellebolsonaro !!!
884	👏👏👏
885	😍😍😍😍
886	Gastou quanto?
887	😂😂😂😂😂😂😂😂😂
888	Mulher fantá
889	Mulher sacola de supermercado
890	Bolsonaro está dando chilique 😂😂😂😂
891	❤️❤️❤️
892	Se por essa foto numa carteira de cigarro o pessoal para de fumar
893	😍😍
894	Vc não acerta um look Esbanja 😂😂😂
895	Que casal perfeito! Meu Rei e minha Rainha 😍😍😍
896	Parabéns para o casal!! ❤️👏👏👏
897	O nosso presidente Lula estava muito lindo é a nossa primeira dama janja belíssima presenciando pessoalmente a coroação do Rei III Charles é sua esposa Rainha 🇧🇷👑👑🇧🇷❤️
898	Deusa

899	Cuidado pra não leva outro chifre a
900	
901	Está sim!! É uma primeira dama ,Este é que é um presidente de clareza, onde vai diz o que vai fazer para.a melhorar do pais
902	Grande estadista!! Fiz o L pra uso!!
903	Esbanja da Silva
904	Nossa única primeira dama sempre foi e sempre será a Michele, essa não chega nos dedos dela
905	Eu amo esse casal 
906	A nossa verdadeira primeira dama @michellebolsonaro dar de 1000 a 0 p vc, canja
907	A mulher tá linda agora ele parece que já passado do ponto
908	Prova que que o dinheiro público não compra bom gosto
909	
910	Que elegante essa capa do d1ab0
911	Dois V4G4BUND05
912	Para de viajar ditador vai cuidar do Brasil
913	
914	Linda! Aí sim, primeira data de verdade! 
915	Orgulho! 
916	
917	Isso adora o capitalismo . Quero ver o dia que for a Africa ... vai levar algo em gel na bolsa.
918	Muito elegante
919	Kkkkkkkkkkk oh roupinha de 5a
920	Orgulho do nosso país.
921	DINHEIRO NÃO COMPRA ELEGÂNCIA 

922	Lindos. Que elegância ❤️
923	👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏
924	😊
925	Maravilhosa!
926	Bem elegante
927	Ow povo invejoso, aceite meu povo , ele é o presidente, ❤️❤️👏👏👏👏 Nem aí meus queridos! Viva suas vidas e trabalhem 🙏🙏🙏🙏
928	❤️❤️👏👏👏
929	Lindíssima e Elegante 😍
930	Bolsonaro ficou na embaixada para não gastar e o nine hotel com a diária 95 mil reais. Pai dos pobres!
931	Nao adianta. Pode vestir o que quiser vai ser sempre deselegante.
932	Esqueceu de tirar o roupão de banho 🙌 kkk
933	Maria Ketchup!!
934	❤️
935	Tá mais pra uma cuidadora de idosos 😊
936	Parabéns ,estão lindos o presidente Lula e primeira dama janja bem representado brasil
937	Ridícula 😞😞 que roupa mais cafona 😏ei dama de terceira? fala sério!!! Essa roupa foi roubada de algum defunto ne ele era bem maior kkkk
938	Affffffffff!!!! 😞
939	Vc está a cara da Marisa Lula!! Rsrres
940	Janja sua linda....se benze pois essa gentalha brega tá com inveja e com olho gordo em vcs. Casal elegante e de muita ética e bom gosto.Amo vcs.
941	Meus amores ❤️❤️
942	😞😞😞
943	Janja+lula = jaula580day
944	Piranh@safad9 😞😞😞
945	👏👏👏👏👏👏👏👏

946	Lindos! Que orgulho! ❤️
947	Uma amante que virou 1 dama. P Q P
948	❤️❤️❤️❤️ lindossss
949	Why you are Putin Lover and Accept his war?
950	Linda
951	Totalmente fora do contexto com este vestido cafona, cor espalhafatosa p a ocasião, será que ela sabe o que significa a Coroação de um Rei ??? Horrível, parece querer chocar com esta cor do Comunismo que mata
952	Seu estilista te odeia , troca isso mulher . O look mais feio da coroação
953	❤️
954	Ao lado de um grande homem tem uma grande mulher. 🙌🙌🙌
955	Lindaaa 😍
956	Tá linda Janja ❤️❤️❤️ nossa primeira dama articulada e maravilhosa 🙌🙌🙌
957	Tu é brega por natureza , a elegância passo muito longe
958	😂😂
959	Nossa, é impressionante como tem gente recalçada publicando! Se enxerguem!
960	ASSOMBRAÇÃO QUE SE DIZ??????
961	NUNCA CHEGARÁ AOS PÉS DA PRIMEIRA DAMA MICHELLE BOLSONARO
962	CADA ROUPA É UM DESASTRE DE HORROR DESSA CANJA LARANJ
963	❤️❤️❤️❤️
964	Casal brega 😂😂😂
965	Árvore de natal
966	😂😂😂😂😂😂
967	😂😂😂😂😂😂
968	Não me representa essa culpa eu não carrego.

969	
970	 lindos do meu coração
971	Janja, além de ser muito inteligente sabe ser elegante!
972	Janja não quer que Lula pegue na mão dela kkkk????
973	Vergonhoso 37 mil por dia , entrando em lojas milionária , mãe e o pai dos pobres . Rua rua rua , temos que sair urgente antes que queremos como Argentina
974	Marisa esta revoltada de baixo da terra
975	Os piores
976	O dinheiro não compra bom gosto 
977	Rainha     
978	Quem tem estilo tem, quem não tem rouba jóias     
979	Realmente gostam de abóbora     
980	Orgulho de ter como primeira-dama uma mulher inteligente, independente e conectada com as questões de seu tempo. Vista o que quiser e coloque a ostentação em seu devido lugar.
981	JanJa te amo mais mona essa roupa realmente foi um erro sorry
982	Maravilhosaaaa 
983	Dinheiro jamais comprará elegância e postura  
984	Com hospedagem do @lulaoficial e @janjalula de 95k por dia? Será que com esse dinheiro o pai dos pobres ajudaria algumas famílias?
985	@janjalula linda maravilhosa você arrasa mulher   
986	Na moral?? Estilão!!   
987	Linda demais    
988	
989	Chique demais 
990	Lindooooos
991	Apoie o desarquivamento do PLC 031/2010.
992	Ate meu cachorro se veste melhor q a ESBAJja

993	18 reais aumento de salário sofá da esbanja 60 mil cana 90 diária de hote 95 mil 😄😄😄😄😄😄😄😄😄😄😄😄
994	Presidente sanciona nosso piso da enfermagem. Por favor. Estamos esperando. 🙏🙏
995	Quanto recalque e inveja. Aceita que dói menos, sem mimimi, sem padrão sem joias milionárias não declaradas, Janja é a nossa primeira dama
996	A elegância dessa mulher! ❤️
997	Ué cadê o povo do amor , que julgou quando Bolsonaro e Michele foram para o velório da rainha 🤔
998	Linda, maravilhosa, minha primeira dama, vamos vencer em nome de Jes
999	A rainha na vdd é você
1000	Lindos 🙌🙌❤️

- Questionário

Link para o formulário:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfaDqXHREC2F7NitWP73-EXAOLRmmu4Lzm8FCil1WBuVlpyA/viewform?usp=sharing>

Seção 1 - Questionário de recrutamento - MODA E COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA: UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A IMAGEM PÚBLICA DA PRIMEIRA-DAMA JANJA EM SUA RELAÇÃO COM A MODA

Olá, você está sendo convidado(a) para participar, como voluntário(a), em uma pesquisa científica.

Intitulada "MODA E COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA: UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A IMAGEM PÚBLICA DA PRIMEIRA-DAMA JANJA EM SUA RELAÇÃO COM A MODA" do curso de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa - Campus São Borja - RS. O projeto está sendo desenvolvido pela discente Sofia Bezerra e orientado pela profa Dra Juliana Salbego durante o ano de 2024.

Este questionário faz parte da etapa de recrutamento e seleção de entrevistados para o Trabalho de Conclusão de Curso. Obs: Caso você não queira participar da segunda etapa da pesquisa, não há problema algum.

Evidencio que os dados colhidos com este formulário serão usados para fins acadêmicos da discente Sofia Bezerra

Preenchimento do formulário em torno de 05 min

Qualquer dúvida sobre a pesquisa entre em contato:
sofiasantos.aluno@unipampa.edu.br

Seção 2

Ao aceitar preencher este formulário tenho ciência de que autorizo a discente Sofia Bezerra Silva Santos e sua orientadora Juliana Zanini Salbego a fazer uso dos dados aqui explicitados para fins exclusivamente acadêmicos no desenvolvimento da Pesquisa intitulada "MODA E COMUNICAÇÃO NA POLÍTICA: UMA INVESTIGAÇÃO DA PERCEPÇÃO DAS MULHERES SOBRE A IMAGEM PÚBLICA DA PRIMEIRA-DAMA JANJA EM SUA RELAÇÃO COM A MODA" , desenvolvida como trabalho de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa.

Salientamos que, em nenhum momento, haverá publicização dos nomes dos respondentes.

Seção 3 - Perfil do respondente

Qual o seu nome?

Qual a sua idade?

Em qual estado você reside atualmente?

Qual a sua profissão?

Seção 4 - Pergunta sobre a atual primeira dama Rosângela Lula da Silva - Janja

Onde você conheceu a primeira dama Janja?

- Pelas redes sociais
- Através da campanha política de 2022
- Através dos projetos que a mesma realiza

Você segue a primeira dama Janja em suas redes sociais?

- sim, somente no instagram
- sim, no instagram e em outras redes sociais
- não, em nenhuma rede social

A sua visão, de um modo geral, sobre a primeira dama é positiva ou negativa?

- Positiva
- Negativa

Em relação à pergunta anterior, quais fatores contribuem para esta visão?
(discursiva)

Seção 5 - Relação Janja e a moda

Você relaciona a imagem de Janja a questões de moda?

- sim
- não

De forma geral, qual a sua opinião sobre as escolhas de vestuário da primeira dama Janja? (discursiva)

Você tem conhecimento que Janja prioriza vestuário oriundo de marcas nacionais?

- sim
- não

Você considera relevante o fato de Janja optar por marcas nacionais?

- Sim, acho muito importante
- Não vejo como algo relevante

Justifique sua resposta à pergunta anterior (discursiva)

Você considera que as vestimentas de Janja em eventos públicos são adequadas?

- sim
- Não

Justifique a resposta anterior: (discursiva)

Seção 6 - Entrevista

Você aceita fazer parte da segunda etapa desta pesquisa respondendo a uma entrevista com questões mais aprofundadas? A mesma ocorrerá de forma online em dia\horário a serem combinados posteriormente

- sim
- Não

Se a resposta for positiva, por favor nos passe o seu número para contato (Whatsapp) (discursiva)