



NEGOCIAÇÕES DE GÊNERO NA MODA: ENTRE O ESTABELECIDO E A FABULAÇÃO DE CORPOSMÍDIAS.

Albuquerque, Patrícia; Mestranda; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, patriciaa@gmail.com¹

RESUMO

Este artigo tem como objetivo desenvolver uma discussão acerca do sistema da Moda enquanto uma área de produção e reprodução de conceitos, imagens e narrativas que ora versam pela manutenção das relações assimétricas de poder, reforçando estigmas e distribuições desiguais do social; ora possibilitam desenvolvimento de outros espaços de enunciação e prática coletiva. Para isso, analisaremos alguns exemplos recentes – ocorridos entre o período de 2015 a 2018 - de parcerias firmadas entre marcas de moda e ativistas trans, nos quais trouxeram como pauta questões acerca do gênero e da sexualidade. A proposta é identificar, por meio de imagens, textos e vídeos publicados, de que maneira tais discursos são elaborados, nessa constante negociação entre o já estabelecido e a fabulação (Greiner, 2016) de narratividades outras. Como referencial teórico-metodológico, tomaremos como ponto de partida o entendimento da Moda como uma *tecnologia de gênero* (Lauretis, 1994), dentre outras, que é reflexo do contexto histórico, social, político e econômico e opera produzindo não apenas artefatos, mas também discursos, corpos e subjetividades. Assim como as mídias e as instituições formais, é um espaço de reiteração e disputa acerca da diferença consolidada - e percebida - entre os gêneros. Com Joan Scott (1986), entendemos a dimensão de gênero como uma perspectiva relevante para a análise crítica das dinâmicas da sociedade. Dessa forma, a

¹ Mestranda pelo programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), com apoio da CAPES. Na sua pesquisa de mestrado, analisa narrativas em ambientes digitais que discutem as relações de gênero na contemporaneidade. Atualmente, é professora substituta do curso de Design-Moda da UFC.



nossa hipótese é de que tais iniciativas no mercado da Moda são, por um lado, uma apropriação dos debates caros à comunidade LGBTI+, com certo distanciamento entre discurso e prática. Por outro lado, quando corpos dissidentes de gênero e/ou sexualidade adentram tais espaços e recebem certa visibilidade são como corposmídias (Katz & Greiner, 2005; 2010; 2015) com potencial para romper com discursos cristalizados e (re)inventar outras formas de vida.

Palavras-chave: Moda; tecnologia de gênero; corpomídia.

