

**DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO PARA PÚBLICO TRANSGÊNERO:
SUGESTÕES E ELABORAÇÃO DO PROCESSO CRIATIVO EM UMA PEQUENA
EMPRESA DE MODA**

Sutili, Violeta Adelita Ribeiro; Mestranda; Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
violetasutili@gmail.com

Remy, Kai; Técnico em Modelagem do Vestuário; Instituto Federal de Santa Catarina,
kairemyy@gmail.com

Domingos, Karen Cristina; Técnico em Modelagem do Vestuário; Instituto Federal de Santa
Catarina, kcristinadomingos@gmail.com

RESUMO

Diferentemente da abordagem incluída pelo termo “unissex”, o termo “sem gênero” busca incluir certo espectro maior quanto a inclusão de identidades. A demanda da produção de moda sem gênero vem tanto da necessidade de quebra de padrões e estigmas obsoletos enraizados na sociedade e, conseqüentemente, no meio do vestuário, quanto pelo apelo social por representatividade neste contexto por parte dos consumidores, principalmente aqueles que fazem parte da comunidade transgênero, a qual envolve pessoas transexuais, não-binárias, travestis, intersexo, bigênero, pangênero e outras identificações, ainda excluídos socialmente desta fração. O *sem gênero* pode ser considerado uma vertente da produção do vestuário que ganha cada vez mais destaque no cenário atual da indústria de moda, pois cria vestimentas que não são necessariamente regidas pela binaridade de gênero. Em contrapartida, empreendimentos de moda que diferem da indústria varejista mundial acabam por oportunizar diferentes modos de pensar a forma contemporânea do vestir-se e seus meios de produção, como é o caso de micro e pequenas empresas de vestuário que apresentam a possibilidade de trabalhar com a produção sob medida, o que as oportuniza suprir a necessidade de maior conforto durante a compra, visto que, em negócios como esse, não é necessária a divisão binária de gênero. Ao citar as presentes pautas, a pesquisa a ser apresentada aborda a relação entre a moda sem gênero e a produção de pequenos negócios do vestuário, focado na inclusão da comunidade trans na moda, em busca de levantar a questão-problema da ausência de inserção e identificação de pessoas trans em peças do vestuário devido à utilização de medidas e classificações voltadas à indivíduos cisgênero. O trabalho tem como objetivo analisar o processo de

construção de uma peça do vestuário sem gênero, voltada para o público transgênero e minorias situadas além do padrão binário por meio de pequenos negócios de moda com vistas a debater suas abordagens na comunidade trans e no desenvolvimento de vestuário. Os procedimentos metodológicos foram executados de modo qualitativo constituídos pela pesquisa bibliográfica e pela coleta de dados por questionário. Foi elaborado, a partir dos dados coletados, um primeiro produto de pesquisa: O quadro de sugestões para desenvolvimento de vestuário para o público transgênero, o qual reúne as necessidades e sugestões obtidas no questionário aplicado em indivíduos transgênero referentes à fatores de modelagem e comunicação de gênero. A partir da metodologia projetual de processo criativo proposta por Mozota (2011) foi realizado o desenvolvimento de uma peça do vestuário a partir das necessidades levantadas via questionário. O arcabouço teórico reunido no conceito “sem gênero” é discutido e construído no contexto de pesquisa e comunicação em moda de forma gradativa utilizando Fabri (2015), Cezar (2019), Buhlmann (2020), entre outros.

Palavras-chave: Moda sem gênero. Transgênero. Pequenos negócios de moda.