



**CENTRO UNIVERSITÁRIO RITTER DOS REIS  
FACULDADE DE DESIGN**

VITÓRIA HANSEL

**DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO BEACHWEAR PARA  
MULHERES TRANS**

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado ao Centro Universitário Ritter  
dos Reis, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em Design  
de Moda.

Orientador: Prof. Msc. Angelix Borsa

PORTO ALEGRE

2023

## Agradecimentos

Primeiramente a Deus, por me possibilitar viver com saúde e superar obstáculos que me apareceram durante o percurso. Aos meus pais, Paulo Hansel e Kika de Moura, por todas as oportunidades que me foram concedidas e por serem a base da construção da minha educação. Obrigada por depositar suas confianças em mim e por tudo que fizeram para tornar esse momento tão alcançável. Eu amo demais vocês!

Ao meu noivo, Caio Steglich, por sempre estar ao meu lado, mesmo em momentos difíceis, para me fazer sentir feliz e amada. Não tenho como te agradecer por todas as vezes que tu me estendeu a mão.

Ao mestre, Angelix, que me orientou e por ter ajudado a explodir a minha cabeça com ideias projetuais incríveis e até mesmo por ter me respondido aos domingos!

Agradeço também às professoras que tive a honra de ser aluna, Anerose Perini, Renata Pedron e Stella Sapper, que sempre acreditaram no meu potencial. Vocês são incríveis!

À todas as monitoras que já estiveram nos ateliês, que tanto se empenharam compartilhando seus conhecimentos e habilidades, a fim de auxiliar na resolução das mais diversas empreitadas, sem vocês o caminho teria sido mais difícil e trabalhoso!

Agradeço também à Jaqueline Salvador, por ter me acompanhado desde o início dessa caminhada. As nossas conversas realmente dividiram as águas na minha vida. Sou muito grata a ti!

À minha prima, Eduarda de Almeida, pois mesmo de longe, se fez presente nos mais diversos momentos, sempre me ajudando e apoiando no que era necessário.

Aos meus colegas e amigos, foi um imenso prazer ter conhecido vocês. Meu desejo é que seus caminhos sejam iluminados e que obtenham o sucesso que tanto merecem!

Um grande obrigada a todos vocês que fizeram parte dessa jornada, serei grata pelo resto da vida!

# DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO BEACHWEAR PARA MULHERES TRANS

## Resumo

A diversidade tem sido um assunto amplamente discutido em diversas áreas do conhecimento, mas a área de *design* de moda ainda apresenta poucos estudos sobre o entendimento de alguns perfis dessa diversidade, como o estudo de mulheres trans, se comparado com demais tópicos. Desta forma, surgem questões sobre como a moda pode apoiar mulheres trans a melhorarem sua autoestima através de proporcionar roupas que adequam-se às suas necessidades, sobretudo em ambientes nos quais a exposição de seus corpos torna-se maior, como em praias ou clubes aquáticos. Portanto, o objetivo deste projeto é propor o desenvolvimento participativo de uma coleção *beachwear* para mulheres trans, valorizando o conforto, a pluralidade de estilos e a viabilidade. Para isso, usou-se a metodologia de Design Thinking, conciliada com as recomendações de alguns autores sobre como desenvolver um projeto de moda desde a ideação até um produto finalizado. Como resultados, criou-se 16 *looks* para essa coleção, sendo 3 deles prototipados, desenvolvidos e testados para uma validação com público-alvo real. As contribuições deste estudo, além de acrescentar à literatura uma contribuição na exploração da temática trans na área de *design* de moda, também introduz um conjunto de *looks* que podem ser implementados em escala para o uso de mulheres trans.

**Palavras-Chave:** *Beachwear*, Mulheres trans, *Design Thinking*, *Design* de Moda, Desenvolvimento Projetual.

## Lista de Figuras

Figura 1 - Metodologia Projetual .....	14
Figura 2 - Moodboard Público-Alvo .....	23
Figura 3 - Moodboard estilo de vida .....	23
Figura 4 - Persona 1 .....	24
Figura 5 - Persona 2 .....	25
Figura 6 - Análise da marca DaniBel - look 1 .....	27
Figura 7 - Análise da marca DaniBel - look 2 .....	27
Figura 8 - Análise da marca DaniBel - look 3 .....	28
Figura 9 - Análise da marca DaniBel - look 4 .....	28
Figura 10 - Análise da marca Trucss - Look 1 .....	29
Figura 11 - Análise da marca Trucss - Look 2 .....	30
Figura 12 - Análise da marca Trucss - Look 3 .....	30
Figura 13 - Análise da marca Trucss - Look 4 .....	31
Figura 14 - Moodboard Inspiração .....	38
Figura 15 - Cartela de cores .....	39
Figura 16 - Cartela de materiais e aviamentos .....	41
Figura 17 - Amostra (A) de bordados com miçangas e pedrarias .....	42
Figura 18 - Amostra (B) de bordados em linha .....	43
Figura 19 - Geração de alternativas 1 .....	44
Figura 20 - Geração de alternativas 2 .....	44
Figura 21 - Livro Croquis de Moda: Bases para estilistas .....	45
Figura 22 - Processo de elaboração dos croquis .....	48
Figura 23 - Coleção final 1 .....	48
Figura 24 - Coleção final 2 .....	49
Figura 25 - Croqui e desenho técnico 1 .....	50
Figura 26 - Croqui e desenho técnico 2 .....	51
Figura 27 - Croqui e desenho técnico 3 .....	51
Figura 28 - Croqui e desenho técnico 4 .....	52
Figura 29 - Croqui e desenho técnico 5 .....	52

Figura 30 - Croqui e desenho técnico 6 .....	53
Figura 31 - Croqui e desenho técnico 7 .....	53
Figura 32 - Croqui e desenho técnico 8 .....	54
Figura 33 - Croqui e desenho técnico 9 .....	54
Figura 34 - Croqui e desenho de moda 10 .....	55
Figura 35 - Croqui e desenho técnico 11 .....	55
Figura 36 - Croqui e desenho técnico 12 .....	56
Figura 37 - Croqui e desenho técnico 13 .....	56
Figura 38 - Croquis selecionados para confecção 1 .....	57
Figura 39 - Croquis selecionados para confecção 2 .....	57
Figura 40 - Croquis selecionados para confecção 3 .....	58
Figura 41 - Moldes encaixados nos tecidos .....	59
Figura 42.1 - Ficha Técnica saída de praia .....	60
Figura 42.2 - Ficha Técnica saída de praia .....	61
Figura 43.1 - Ficha Técnica Maiô .....	61
Figura 43.2 - Ficha Técnica Maiô .....	62
Figura 44.1 - Ficha Técnica Conjunto de biquínis .....	62
Figura 44.2 - Ficha Técnica Conjunto de biquínis .....	63
Figura 45 - Processo de confecção das peças 1 .....	64
Figura 46 - Processo de confecção das peças 2 .....	64
Figura 47 - Técnica manual de bordado com linha .....	65
Figura 48 - Detalhes dos bordados na peça .....	65
Figura 49 - Fotos do editorial - Parte 1 .....	68
Figura 50 - Fotos do editorial - Parte 2 .....	68
Figura 51 - Fotos do editorial - Parte 3 .....	69
Figura 52 - Fotos do editorial - Parte 4 .....	69
Figura 53 - Fotos do editorial - Parte 5 .....	70
Figura 54 - Fotos do editorial - Parte 6 .....	70

## Lista de Tabelas

Tabela 1 - Caracterização das respondentes .....	20
--	----

# Sumário

<b>1. Introdução</b> .....	<b>8</b>
<b>2. Justificativa</b> .....	<b>9</b>
<b>3. Objetivo Geral</b> .....	<b>13</b>
3.1 Objetivos específicos .....	13
<b>4. Metodologia Projetual</b> .....	<b>14</b>
<b>5. Desenvolvimento Projetual</b> .....	<b>16</b>
5.1 Definir .....	16
5.1.1 Problematização .....	16
5.1.1.1 O que? .....	17
5.1.1.2 Por quê? .....	17
5.1.1.3 Como? .....	17
5.2 Empatizar .....	17
5.2.1 Entrevistas .....	18
5.2.2 Análise das Entrevistas .....	19
5.2.3 Público-alvo .....	22
5.2.3.1 Personas .....	24
5.3 Definir .....	25
5.3.1 Coleta e análise de dados .....	25
5.3.2 Lista de Requisitos .....	34
5.3.3 Inspiração .....	36
5.4 Idear .....	38
5.4.1 Cartela de Cores .....	38
5.4.2 Cartela de Materiais .....	40
5.4.3 Experimentações .....	42
5.4.4 Geração de Alternativas .....	43
5.4.2 Feedback .....	45
5.5 Prototipar .....	46
5.5.1 Croquis .....	47

5.5.2 Desenho técnico .....	49
5.5.3 Modelagem .....	58
5.5.4 Ficha Técnica .....	59
5.5.5 Confeção .....	63
5.6 Provar .....	66
5.6.1 Prova das peças confeccionadas .....	66
5.7 Divulgação .....	67
5.7.1 Editorial .....	67
5.7.2 Vídeo Fashion .....	71
<b>6. Conclusão .....</b>	<b>72</b>
<b>Referências.....</b>	<b>74</b>

## 1. Introdução

A área de Design de Moda possui uma vasta literatura, mas estudos emergentes sobre sua relação com a transexualidade ainda é um tópico pouco explorado, sobretudo a relação dessas pessoas com seus corpos e de que forma a indústria da moda poderia auxiliar no bem-estar desta comunidade. ENTWISTLE (2019) explicam que ainda existe uma profunda idealização nos padrões de corpos que seriam considerados aceitáveis, uma vez que os grandes cargos dentro da indústria da moda ainda são ocupados, em sua maioria, por pessoas brancas, ricas e de identidade cisgênero, ou, pessoas que atendam os mesmos padrões esperados pela sociedade e pela indústria da Moda.

TULLIO-POW (2019) comenta que a vestimenta faz parte de uma cultura material construída pela sociedade, permitindo que as pessoas retratem sua autoimagem, sendo importante em suas interações com os demais indivíduos. A indústria da Moda costuma utilizar-se de médias estatísticas de medidas para produção em massa de vestimentas. Dessa forma, os autores seguem narrando que encontrar roupas para pessoas fora desse padrão, como muito altas, ou muito baixas, ou acima do peso é um desafio, e, sobretudo, para pessoas transsexuais (pessoas que não se identificam com o gênero atribuído junto ao seu nascimento) enfrentam desafios ainda maiores para encontrar roupas com um *design* e estética adequados às suas necessidades (TULLIO-POW, 2021).

O seguinte trabalho visa o desenvolvimento de uma coleção Moda Praia que atenda, especificamente, às necessidades de mulheres trans e travestis em ambientes nos quais são culturalmente esperados uma maior exposição de seus corpos. Esta coleção será criada através de informações coletadas em pesquisas feitas com pessoas dessa comunidade, a fim de entender as formas mais adequadas para alcançar as expectativas dessas pessoas quanto às vestimentas.

## 2. Justificativa

A realidade das pessoas trans apresenta desafios de aceitação por parte da sociedade, pois apesar dessa realidade sempre existir, apenas nos últimos anos temos visto uma maior mobilização por parte da academia de entender a problemática vivenciada por essas pessoas. (MIRANDA, 2020)

Você é travesti, você tá em situação de vulnerabilidade é uma coisa assim, que não tem... (pausa para respiração) ... Umas em mais e outras em menos... Eu estou nesse espaço, mas quando o TransCidadania acabar eu volto para a esquina, igual a todas elas. Até que ponto eu sou menos vulnerável que elas? (LARRAT 2016 apud MIRANDA 2020, p. 23).

No trecho acima, é possível perceber as dores de uma travesti em que identifica as situações de vulnerabilidades vivenciadas por si e demais pessoas trans que vivem em situação periférica na cidade de São Paulo. O programa TransCidadania confere apoio às pessoas trans em algumas questões, mas LARRAT admite que posterior a este programa social, a maioria das participantes serão empurradas compulsoriamente para o mesmo tipo de situação que antes.

Ainda assim, a caracterização de uma pessoa sendo trans não é algo trivial, uma vez que o gênero pode ser entendido e vivenciado de diferentes formas. Para Beatriz Bagagli:

Não é possível fazer um conceito de travesti, não é possível fazer uma entrada no dicionário e circunscrever os sentidos sobre travesti como uma nosologia. Por isso, não é possível fazer um laudo com diagnóstico de travestilidade. A travestilidade resiste ao laudo, não é passível de ser escrita. Travesti é o próprio devir do gênero; liberando a travesti do pensamento, liberamos o gênero da patologia, do sistema fálico e cissexista. Pane no sistema. (BAGAGLI, 2016, p.1)

Na sociedade atual, uma pessoa trans é entendida como se fosse uma transgressora do preceito social da binaridade de gênero, ou seja, um indivíduo que se desvia das normas convencionadas pela sociedade quanto a conduta de gênero (LANZ, 2014, p. 24-25). Essa visão fundamentalista da sociedade é

o que faz pessoas que não estão alinhadas com a binaridade esperada pela sociedade serem arrastadas a situações de vulnerabilidade.

Vivemos em um país, onde essa parcela da população é frequentemente inviabilizada, violentada e negada ao amparo de políticas públicas contínuas, deslocando-a para a margem da sociedade, fazendo com que a comunidade trans permaneça invisível para o restante da população (MIRANDA, 2020, pg. 23-26). Isso refere-se a valores "pseudo-moralistas" que a sociedade construiu no qual uma pessoa trans é privada de ocupar espaços sociais que possibilitem uma vida em padrões aceitáveis" (BARROSO, 2018, p. 78). Como uma consequência, a maioria das trans são empurradas para a margem da sociedade, muitas vezes precisando ir para as ruas como um método de subsistência, local onde muitas vezes são violentadas e invisibilizadas pela falta de preocupação por parte da sociedade na construção de ambientes seguros" (BARROSO; FRADE; PIMENTEL, 2015, p. 12).

De acordo com o dossiê "Assassinatos e violências contra travestis e transexuais brasileiras" da Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA) de 2022, aproximadamente 124 trans morrem por ano considerando de 2008 a 2021 (dados coletados), onde a maioria das vítimas estão entre 18 a 40 anos de idade, sendo a média 29,3 anos. Ainda assim, existem vítimas que são menores de idade, sendo a menor idade identificada por uma mulher trans assassinada sendo 13 anos.

Aproximadamente 80% das pessoas trans que são assassinadas possuem menos de 35 anos, sendo em sua maioria contra mulheres trans que são profissionais do sexo (96%), onde 80% das vítimas não conheciam seu algoz previamente. Também, a maioria das vítimas são pessoas em situações de vulnerabilidade financeira, e quanto a sua etnia, aproximadamente 81% das vítimas são pretas ou pardas, o que significa que para além de um preconceito contra LGBTQIAP+, também é um preconceito social e racial ampliando a devastação de um grupo de pessoas (ANTRA, 2022).

A autora deste trabalho compreende a moda como um instrumento de transformação social, capaz de combater o preconceito por meio de sua íntima relação com a criatividade, a arte e a livre expressão da beleza dos corpos, bem como pela valorização dos atributos individuais e pela promoção da autoestima e do bem-estar das pessoas em toda a sua diversidade. De fato,

como aponta Lipovetsky (2015, p. 30), "a moda tem a função de dar uma forma ao mundo, aprimorar as aparências, e, assim, fazer emergir uma sociedade mais agradável, que atenda às necessidades de beleza, de satisfação e de realização de si".

As pessoas trans sofrem também por pressões pessoais sobre sua própria imagem, o que gera uma expectativa idealizada pela sociedade de aparência, fazendo a pessoa trans ser vista por parte da sociedade como um objeto de desejo. As travestilidades "podem ser vistas como processos [...] de construção de um certo feminino, muitas vezes glamourizado, ligado historicamente à noites e artes cênicas" (PELÚCIO, 2007, p.2 apud MIRANDA, 2020, p.45).

Esse processo pode gerar na pessoa trans uma disforia de gênero, que consiste em um sofrimento significativo ao observar características físicas que não correspondem à sua identidade de gênero (ATKINSON e RUSSEL, 2015). Essa disforia é uma manifestação comum em diversas pessoas trans e é reconhecida na área médica como desordem de identidade de gênero. Nesse sentido, a construção de uma identidade de gênero coerente com a identidade da pessoa é fundamental para a sua saúde mental e bem-estar.

Transexualidade não é uma patologia, pois não é uma condição de doença mental, mas a disforia de gênero pode compor um quadro de saúde no qual é necessário um acompanhamento profissional e tratamentos que podem incluir psicoterapia, hormonização ou até mesmo cirurgias. Disto surgem estudos como o de Entwistle (2019) que investigam como produzir peças para pessoas trans, que valorizem seus corpos, tendo como parte do seu processo a empatia da co-construção em conjunto com pessoas que vivenciam ou vivenciaram essa situação.

Após buscas realizadas pela autora em diversas plataformas digitais, não foi possível identificar revisões de literatura ou mesmo um conjunto significativo de estudos que abordem a temática de diversidade trans relacionado à produção de roupas específicas para as necessidades e dores da população trans feminina. Em linhas gerais, estudos sobre diversidade trans são amplamente encontrados na literatura de Ciências Sociais, enquanto a área da moda tem possuído um foco maior na questão da sustentabilidade.

O presente estudo visa não apenas colaborar com mulheres trans na produção de roupas que valorizem seus corpos e autoestima, mas também colaborar com a área científica, apresentando um trabalho original na qual um projeto será desenvolvido com e para o público de mulheres trans, de forma participativa.

### **3. Objetivo Geral**

O objetivo geral deste estudo é propor uma coleção de moda praia para mulheres trans que valorize a diversidade e singularidade dessas pessoas, apresentando peças que primam pelo respeito às suas necessidades, e que também possibilitem uma maior visibilidade e fortalecer a inclusão da comunidade trans através de produtos que atenda a este nicho no mercado da moda. Além disso, este estudo discorre sobre a importância que a moda e a indústria têxtil podem acrescentar na vida de pessoas trans, apoiando na construção de espaços mais inclusivos e respeitosos.

#### **3.1 Objetivos específicos**

1. Compreender sobre a moda e a indústria têxtil voltada para a população trans, a fim de identificar as dificuldades e desafios enfrentados por essa população em relação à moda e vestuário;
2. Compreender as necessidades e desejos de mulheres trans em relação às roupas de banho, além das dificuldades enfrentadas na hora de comprar e usar essas peças.
3. Desenvolver um plano de coleção que contemple as preferências e necessidades identificadas nas entrevistas e que inclua peças que atendam a diferentes estilos e necessidades individuais;
4. Conduzir experimentos de modelagem, visando a ergonomia das roupas de banho idealizadas para mulheres trans, com foco em desenvolver peças mais confortáveis e adequadas às necessidades desse público.
5. Buscar, identificar e analisar marcas que apresentem produtos similares e que atuam neste mercado de roupas de banho para mulheres trans, com a finalidade de identificar os pontos fortes ou fracos destes produtos ofertados, além de avaliar possíveis lacunas de mercado que ainda precisam ser preenchidas.
6. Conduzir a prototipagem de peças idealizadas, buscando avaliar a viabilidade e as funcionalidades, assim como validar com mulheres trans a aceitação desses protótipos para identificar possíveis melhorias que podem ser realizadas.

## 4. Metodologia Projetual

A metodologia projetual adotada neste trabalho, de acordo com a Figura 1, espelha-se nos cinco processos do Design Thinking recomendados por Koskinen (2011): Definir; Empatizar; Idear; Prototipar e Provar. A fim de realizar cada processo, acrescentou-se algumas técnicas, mais comuns a design de produtos, como as propostas por Bonsiepe (1985), Treptow (2005) e Munari (1998), formando uma metodologia híbrida.

Figura 1 - Metodologia Projetual



Fonte: Elaborado pela autora.

No primeiro processo (Definir), optou-se pela utilização de técnicas recomendadas por Bonsiepe (1985), como uma forma de entender e delimitar o problema a ser resolvido, através da reflexão sobre o que, por quê e como. No segundo processo (Empatizar), realizou-se um conjunto de entrevistas qualitativas, como sugerido por Koskinen (2011), com algumas mulheres trans, de forma individual, com o objetivo de entender suas dores e a partir desses resultados, mapeou-se o público-alvo, de acordo com Treptow (2005).

Para a terceira parte dessa metodologia, decidiu-se utilizar o processo Definir novamente. Foram coletados, analisados e comparados, alguns dados sobre duas marcas de roupas específicas para o público-alvo em questão, como sugere o autor Munari (1998), para entender quais são os possíveis pontos a serem melhorados ou aperfeiçoados. Em sequência, dentro do

mesmo processo ainda, definiu-se a lista de requisitos, de acordo com o autor Bonsiepe (1985) e a inspiração projetual, conforme delimitada por Treptow (2005).

O quarto processo (Idear) foi amplamente baseado nas recomendações de Treptow (2005), propondo uma cartela de cores, cartela de materiais e gerações de alternativas que fossem coerentes entre si e com o trabalho como um todo. Realizou-se ainda algumas experimentações sobre o tipo de beneficiamento têxtil que seria escolhido.

Prototipar é o quinto processo escolhido para a metodologia, sendo composto, também, por técnicas propostas por Treptow (2005), como: Croquis; Desenho Técnico; Modelagem; Ficha Técnica e Confeção das peças. Para que o usuário seja centrado como foco do projeto, convidou-se as mulheres trans, entrevistadas anteriormente, para relatarem suas opiniões sobre o que foi idealizado e prototipado, de acordo com a proposta do Design Thinking (KOSKINEN, 2011).

Após a modelo provar as peças que foram confeccionadas, contemplando o sexto processo da metodologia projetual, criou-se um sétimo e último processo, de acordo com a abordagem de Treptow (2005), Divulgação, no qual foi realizado um editorial e um vídeo fashion, para após finalizar com mais uma etapa de feedbacks das entrevistadas, visando coletar opiniões sobre o resultado final deste projeto.

## **5. Desenvolvimento Projetual**

A etapa de Desenvolvimento Projetual refere-se a concepção do projeto de moda, através da realização desta coleção, que deve ser desenvolvida e refinada. Durante essa etapa, utilizou-se as metodologias de *design* para compor os processos criativos, visando transformar as ideias ou conceitos iniciais em propostas de *design* mais detalhadas e viáveis.

### **5.1 Definir**

Segundo Koskinen (2011), a primeira fase do Design Thinking, chamada de Definição, é uma etapa crucial para a compreensão e definição do problema a ser solucionado. Nessa fase, busca-se uma compreensão profunda do contexto, identificando os desafios e as necessidades do público-alvo. A Definição também envolve a delimitação do escopo do projeto e a definição de objetivos claros e específicos, que nortearão o desenvolvimento das etapas seguintes. Essa fase é fundamental para garantir a relevância e a viabilidade do projeto, além de garantir que as soluções desenvolvidas atendam às necessidades reais dos usuários.

#### **5.1.1 Problematização**

A problematização é uma etapa de um processo cognitivo que envolve a identificação e a compreensão de desafios de uma determinada situação objeto de análise. Bonsiepe (1984) explica que a etapa de problematização é essencial para o *design*, pois permite que o designer identifique e analise as necessidades de usuários, bem como as restrições do contexto em que o produto ou serviço será utilizado.

Ainda, Bonsiepe (1984) argumenta que a problematização pode ser detalhada em diferentes graus de complexidade, podendo ser definida desde em questões simples, como sobre a escolha de materiais e cores para um produto, até em questões mais complexas, como sobre a criação de novas estratégias de interação entre os usuários e os produtos ou serviços. Essa problematização deve ser concebida realizando-se alguns questionamentos como: “O que?”. “Por que?” e “Como?”, considerando uma situação problema.

#### **5.1.1.1 O que?**

Este projeto visa desenvolver uma coleção de moda praia, utilizando-se de uma abordagem participativa, com objetivo de incluir as usuárias nas etapas como a compreensão do tema, análises de dados, escolha e validação dos croquis da coleção, assim como a criação do projeto como um todo.

#### **5.1.1.2 Por quê?**

Pelo fato do público-alvo ser uma comunidade que, muitas vezes, é invisibilizada e mal representada pela mídia, percebe-se a necessidade de entender suas demandas, bem como suas dores e propor uma possível solução, através da moda.

Em meio a tanta violência e marginalização do público trans, principalmente feminino, existe uma importância em apoiar o resgate da autoestima dessa comunidade. Foi decidido criar uma coleção ergonômica de moda praia, com o objetivo de auxiliar no bem-estar da mulher transsexual em um ambiente com grande exposição do corpo.

#### **5.1.1.3 Como?**

O projeto adota foi idealizado sobre uma abordagem metodológica de *design* híbrida, em que as etapas de desenvolvimento seguem os processos do *Design Thinking*, proposto por Koskinen (2011), que são: Definir, Empatizar, Idear, Prototipar e Provar. Em cada um dos processos estabelecidos, foram utilizadas diferentes técnicas que foram propostas por outros autores, como Bonsiepe (1984), Treptow (2005) e Munari (1998), nos quais o foco, desde o início, foi o envolvimento dos usuários nas diferentes etapas do projeto, possibilitando um entendimento maior sobre suas reais necessidades.

### **5.2 Empatizar**

A empatia, de acordo com Koskinen (2011), é a etapa do *Design Thinking* em que se busca a compreensão sobre o público-alvo do projeto, entendendo suas necessidades e desejos. Nessa etapa, necessita-se colocar no lugar do usuário na busca de compreender suas perspectivas e experiências. Neste projeto, a técnica de entrevistas foi utilizada para coletar informações sobre as dores, experiências e desafios enfrentados por mulheres

trans sobre roupas de banho. Essa técnica converge com a proposta de Koskinen (2011), que destaca a necessidade de uma compreensão aprofundada das necessidades das usuárias para o sucesso do projeto.

### **5.2.1 Entrevistas**

Koskinen (2011) explica que realizar entrevistas é uma técnica de coleta de dados qualitativos, podendo assim identificar elementos que podem ser utilizados em projetos da área de *design*. As entrevistas possibilitam a obtenção de informações que podem ser valiosas sobre as experiências, percepções e necessidades de usuários. As entrevistas costumam ser especialmente importantes na fase de descoberta, na qual os pesquisadores estão buscando entender e delimitar o problema que precisa ser resolvido através de *design*, captando assim os requisitos do usuário.

As entrevistas podem ser utilizadas através de diferentes estratégias, mas considerando o contexto desta pesquisa, optou-se por realizar entrevistas estruturadas, que de acordo com Koskinen (2011), são uma boa opção, pois fornecem um equilíbrio entre o controle por parte da pesquisadora sobre o processo e a flexibilidade para a entrevistada expressar suas opiniões.

Durante o processo de Empatia, foram feitas entrevistas com sete mulheres trans, com o intuito de tentar compreender suas reais necessidades em relação à compra e uso de roupas de banho ou moda praia. As perguntas abordaram questões como: identidade de gênero, processo de transição, estilo pessoal, preferências na hora de comprar roupas e dificuldades encontradas nesse processo. Também foram realizadas perguntas a fim de identificar as suas frequências em ambientes aquáticos, o uso de biquínis e sobre quais os modelos de roupas de banho ou estampas são seus favoritos. Para finalizar, elas foram convidadas a falar sobre o preconceito e a questão da passabilidade, de acordo com suas vivências. As respostas coletadas nas entrevistas serviram de insumo para direcionar os primeiros passos do processo de *design*, sendo realizada recorrentemente em diversas etapas do processo com intuito de validação das entregas do produto.

As perguntas realizadas na primeira entrevista foram as seguintes:

1. Qual o seu nome?

2. Qual a sua idade?
3. Qual a sua cidade?
4. Escolaridade
5. Qual a sua atuação profissional?
6. Qual a sua identidade de gênero?
7. Qual etnia você pertence?
8. Como foi o processo de transição?
9. Onde você compra suas roupas?
10. O que você busca na hora de comprar roupas?
11. Qual o seu estilo pessoal?
12. Você possui alguma dificuldade na hora de comprá-las? Quais?
13. Você frequenta ambientes aquáticos, como parques ou praias?
14. Se sim, como você se sente em relação ao seu corpo, nestes ambientes?
15. Você utiliza biquínis? Como se sente?
16. Tem algum modelo de roupa de banho específico que goste mais?
17. Quanto às estampas que você encontra, o que pensa delas?
18. De que formas você acredita que as roupas possam te auxiliar a valorizar o seu corpo?
19. Você já sofreu algum tipo de preconceito, ou tem medo de sofrê-lo quanto a um tipo de roupa?
20. Você já adquiriu roupas de alguma marca específica para mulheres trans? Qual?
21. Como foi sua experiência com essa roupa?
22. O que você acha da passabilidade?

### **5.2.2 Análise das Entrevistas**

Durante as entrevistas realizadas com as sete mulheres trans (conforme Tabela 1), foi possível observar a diversidade em suas trajetórias e experiências, mas também identificou-se inúmeras dificuldades na vivência cotidiana, como a dificuldade na inserção no mercado de trabalho. Um exemplo disso é que quatro das sete entrevistadas comentaram que, precisaram

recorrer a prostituição para conseguirem sobreviver em algum momento de suas vidas.

Além de relatarem as questões ligadas à sua identidade de gênero, as entrevistadas compartilharam suas percepções acerca de temas como moda, estilo pessoal e preconceito.

Tabela 1 - Caracterização das respondentes

<b>ID</b>	<b>Etnia</b>	<b>Idade</b>	<b>Estado</b>	<b>Biotipo</b>
<b>E1</b>	Branca	24	SP	Midsize
<b>E2</b>	Negra	33	MG	Slim
<b>E3</b>	Negra	31	RS	Slim
<b>E4</b>	Branca	28	RS	Midsize
<b>E5</b>	Negra	20	RJ	Slim
<b>E6</b>	Branca	30	RS	Plus size
<b>E7</b>	Branca	25	RS	Plus size

Fonte: Elaborado pela autora.

Ao falar sobre o processo de transição, muitas entrevistadas destacaram as dificuldades enfrentadas em relação ao acesso a tratamentos de saúde, bem como a estigmatização e a falta de compreensão por parte da sociedade em geral. A compra de roupas também se mostrou como um desafio, sendo que algumas entrevistadas relataram dificuldades em encontrar peças que correspondam às suas expectativas e necessidades.

“A indústria da moda começou recentemente a atender as demandas da população Plus size, o que é irônico, pois a maior parte da população está acima do peso, não deveria ser um diferencial... Não seria diferente com a moda para as trans, pois as pessoas ainda nos vêem como algo meio caricato, como se todas nós quiséssemos mostrar todas as partes do nosso corpo a todo momento, ignorando todas as questões emocionais, ligadas principalmente à disforia. [...] É como se vivêssemos em uma realidade paralela, onde todas as trans fossem ricas, com cirurgias plásticas pelo corpo todo e padronizadas” (ENTREVISTADA 7).

Durante as entrevistas, as mulheres trans compartilharam suas frustrações em relação às marcas já existentes no mercado que produzem roupas de banho ou íntimas para mulheres trans. Elas relataram que essas roupas são frequentemente vendidas a preços elevados, mas não atendem às suas expectativas e necessidades. O preço foi um tema recorrente, e muitas entrevistadas apontaram que as roupas são desconfortáveis e inadequadas, algumas usando termos como "vulgares" para descrevê-las. Quando questionadas sobre as estampas disponíveis no mercado, quatro das sete mulheres relataram insatisfação com as cores e escolhas de estampas ofertadas, mostrando preferência pela opção mais neutra possível. Essas experiências expõem a falta de opções acessíveis e de qualidade no mercado de roupas voltado para a população trans, evidenciando a necessidade urgente de investimentos e desenvolvimento de produtos adequados para essa população.

“Eu não entendo, de verdade, quem consome esse tipo de roupa, sem a menor garantia de que vai funcionar. Eu desconheço travestis que teriam um valor tão alto para simplesmente arriscar jogar dinheiro fora, com produtos tão caros, pelo menos no meu círculo social, as pessoas trans não são bem sucedidas” (ENTREVISTADA 3).

Quanto à frequência em ambientes aquáticos, as entrevistadas demonstraram diferentes sentimentos em relação aos seus corpos e ao uso de biquínis. Algumas relataram sentir desconforto e/ou vergonha, enquanto outras se sentem mais à vontade e não se importam em chamar a atenção. As estampas e modelos de roupas também foram alvo de questionamentos, e muitas entrevistadas destacaram a importância de encontrar peças que as valorizem e reflitam suas personalidades.

“Eu amo praias, mas não consigo utilizar biquínis livremente. Sempre que vou a esses ambientes, eu utilizo short jeans, ou alguma saia por cima do biquíni. [...] Não é a mesma coisa, então eu evito de ir à praia, mas as pessoas cis nunca entendem o que eu quero dizer.” (ENTREVISTADA 4)

“Eu só utilizei biquíni em público uma vez, foi em um desfile onde eu estava concorrendo à Miss Diversidade do RS. [...] Eu me senti péssima, eu entrei na passarela com uma saída de praia e ao chegar no final, na frente dos jurados, eu tirei rapidamente a saída, estava tudo no lugar, mas o desconforto

emocional foi muito grande, até caminhei com as pernas mais fechadas com medo das fitas soltarem” (ENTREVISTADA 2).

Por fim, as entrevistadas também falaram sobre a importância da passabilidade e do estilo pessoal na sua vivência cotidiana, sendo que a busca por uma aparência que reflita a sua identidade de gênero e personalidade foi destacada por todas elas. Ao relatarem suas experiências de preconceito e discriminação, as entrevistadas reforçaram a importância de se discutir e refletir sobre os impactos que a moda e a indústria têxtil têm na vida das pessoas trans, bem como a necessidade de se construir espaços mais inclusivos e respeitosos.

“É impossível negar que a passabilidade é algo opressor, imposto pela sociedade, onde nos segregam em dois grupos, as passáveis e as não passáveis e nos forçam a buscar mil procedimentos estéticos. Entretanto, é impossível negar também, que quanto mais a gente se parece com uma mulher cis, mais privilégios e inserção social a gente têm, enquanto as que tem aspectos físicos, entendidos como masculinos, são jogadas às margens da sociedade e invisibilizadas a vida inteira. É triste, mas é um dos únicos mecanismos de sobrevivência que a gente têm”. (ENTREVISTADA 1)

### **5.2.3 Público-alvo**

Treptow (2013) argumenta que a escolha do público-alvo é essencial no planejamento de uma coleção de moda, pois precisa-se pensar sobre que tipo de pessoas serão atendidas através da coleção que está sendo desenvolvida. Desta forma, o estilista pode criar peças que se adequem às necessidades deste público específico.

Para Treptow (2013) recomenda que como um primeiro passo, o estilista busque entender um pouco sobre o mercado, analisando dados demográficos e comportamentais do público selecionado, identificando questões como idade, gênero, renda, estilo de vida, entre outras características destas pessoas.

O público-alvo deste projeto são mulheres trans que ainda não passaram pela redesignação sexual e que buscam roupas de banho que ofereçam conforto e segurança. A coleção proposta se baseia em entrevistas realizadas com a comunidade trans feminina, que demonstraram preferências variadas em relação ao tipo de roupa de banho que preferem usar. Algumas



### 5.2.3.1 Personas

A etapa de Personas, na metodologia projetual da Treptow (2005), é essencial para o design centrado no usuário, pois permite uma compreensão profunda dos usuários finais através da criação de representações ficcionais baseadas em dados reais. As personas são usadas como referência durante todo o processo de design, ajudando a equipe a tomar decisões informadas sobre o design de produtos e serviços que atendam às necessidades e expectativas dos usuários (vide Figura 4 e 5).

Figura 4 - Persona 1



**Nome:** Sophia  
**Idade:** 27 anos  
**Ocupação:** Estudante universitária  
**Localização:** São Paulo, SP, Brasil

- Sophia enfrentou muito preconceito na cidade pequena em que nasceu e decidiu se mudar para a capital, em busca de oportunidades e uma vida mais digna.
- Ela é extrovertida, gosta de sair com os amigos e tem senso de moda desenvolvido.
- Quando vai à praia, ela prefere opções mais fechadas e discretas, pois não se sente confiante com seu corpo ainda.
- Ela busca roupas de banho que a façam se sentir segura e confortável em público, sem se preocupar com comentários ou hostilidades.
- Sophia quer expressar sua identidade de gênero de forma autêntica e criativa, sem precisar se esconder ou se machucar.

Fonte: Autora

Figura 5 - Persona 2

**Nome:** Lara

**Idade:** 35 anos

**Ocupação:** Empresária

**Localização:** Rio de Janeiro, RJ, Brasil

- Lara sempre teve grandes oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional, pois desde a sua infância, recebeu muito apoio de sua família e o acolhimento necessário para iniciar sua transição ainda jovem;
- Ela é uma pessoa introspectiva e segura de si, gosta de frequentar espaços culturais, como teatros, museus e restaurantes requintados;
- Lara gosta de usar roupas justas e que exponham seu corpo, e quando vai a praia, costuma utilizar fitas para minimizar o volume do seu órgão genital, pois mesmo tendo condições financeiras dignas, ela optou por não realizar a cirurgia de redesignação sexual;
- A utilização dessas fitas a machucam muito, o que faz com que ela esteja constantemente buscando roupas de banho que a deixem confortável e ao mesmo tempo ressaltem suas curvas e sua silhueta.



Fonte: Autora

### 5.3 Definir

Na metodologia do Design Thinking proposta por Koskinen (2011), a etapa de Definição é essencial para garantir que o projeto esteja alinhado aos objetivos do cliente e dos usuários finais. Nesta fase, o pesquisador deve fazer uma análise detalhada das informações coletadas na fase anterior, Empatia, identificando padrões e insights relevantes para a definição de um problema ou oportunidade de design. Além disso, é importante definir claramente o escopo do projeto, as restrições e os recursos disponíveis para o desenvolvimento da solução. Essa etapa é crucial para garantir que o projeto siga na direção correta e alcance resultados efetivos no final.

#### 5.3.1 Coleta e análise de dados

De acordo com Munari (2001), a coleta e análise de dados é uma técnica utilizada para comparar produtos ou serviços semelhantes de diferentes

empresas, com o objetivo de avaliar suas qualidades, pontos fortes e fracos, e identificar oportunidades de melhoria. Nesse sentido, é uma ferramenta importante para as empresas entenderem seu posicionamento no mercado e aperfeiçoarem seus produtos ou serviços para atenderem às necessidades e demandas de seus clientes. Por meio dessa análise, é possível identificar os principais concorrentes da empresa e avaliar como ela se diferencia em relação a eles.

No contexto deste projeto colaborativo, as sete mulheres entrevistadas anteriores serão convidadas a analisar 4 produtos de duas marcas distintas, que são especializadas na criação e na confecção de produtos específicos para as mulheres trans. No decorrer do texto, primeiramente serão apresentadas as marcas, e posteriormente a isso serão escritas as análises em forma de comparação entre as duas empresas.

A primeira marca analisada é a DaniBel, uma empresa brasileira de moda praia voltada para mulheres trans. Fundada em 2019, a marca busca atender às necessidades específicas desse público, oferecendo roupas de banho que valorizem a silhueta feminina. Com a missão de proporcionar inclusão e autoestima para suas clientes, a DaniBel promete criar peças que respeitem a anatomia e as características das mulheres trans, sem deixar de lado o conforto e o estilo. A marca se preocupa em oferecer produtos de qualidade a preços acessíveis, visando atender um público muitas vezes excluído do mercado tradicional de moda. A análise a seguir, será feita a partir dos dados coletados anteriormente, na etapa de entrevistas, visto que, as perguntas foram direcionadas para entender como essa comunidade percebe o mercado da moda trans, e de que forma as roupas poderiam ser feitas, para auxiliar no conforto e bem-estar físico e emocional destas pessoas (vide Figura 6, 7, 8 e 9).

Figura 6 - Análise da marca DaniBel - look 1

# DaniBel

**Produto:** Biquíni Cortininha sem Bojo;

**Preço:** R\$69,00;

**Material:** Lycra praia, com forro de algodão;

**Tamanhos:** P ao GG, mas sem tabela de medidas;

**Cores:** Estampa colorida, branco e preto.



Fonte: DaniBel.

Figura 7 - Análise da marca DaniBel - look 2

# DaniBel

**Produto:** Biquíni Cortininha Amarração;

**Preço:** R\$79,00;

**Material:** Lycra praia, com forro de algodão;

**Tamanhos:** P ao GG, mas sem tabela de medidas;

**Cores:** Preto estampado.



Fonte: DaniBel.

Figura 8 - Análise da marca DaniBel - look 3

# DaniBel

**Produto:** Biquíni Tradicional com Bojo;

**Preço:** R\$79,00;

**Material:** Lycra praia com forro de algodão;

**Tamanhos:** P ao GG, mas sem tabela de medidas;

**Cores:** Preto liso.



Fonte: DaniBel.

Figura 9 - Análise da marca DaniBel - look 4

# DaniBel

**Produto:** Biquíni Vinil;

**Preço:** R\$119,90;

**Material:** Vinil, com forro de algodão;

**Tamanhos:** P ao GG, mas sem tabela de medidas;

**Cores:** Preto.



Fonte: DaniBel.

A segunda marca analisada é a Trucss, fundada em 2018, por Silvana Bento, uma mulher cis, formada em Técnico em Hemoterapia. Ela atuou na profissão enquanto presenciava muitas mulheres trans passarem por problemas reais, como infecção urinária, pois, segundo Silvana, muitas meninas utilizam fitas para manter o órgão genital acomodado para trás, criando uma virilha mais lisa, ocasionando sérios problemas de saúde, pois não podem urinar enquanto estão “aquendadas”, gíria comumente utilizada para se referir a essa acomodação dos órgãos genitais para trás. Facilitar a ida ao banheiro é uma de suas principais motivações com sua marca e seus produtos (vide Figura 10, 11, 12 e 13).

Figura 10 - Análise da marca Trucss - Look 1



Fonte: Trucss.

Figura 11 - Análise da marca Trucss - Look 2



Fonte: Trucss.

Figura 12 - Análise da marca Trucss - Look 3



Fonte: Trucss.

Figura 13 - Análise da marca Trucss - Look 4



Fonte: Trucss.

A seguir, serão descritas as análises comparativas dos 8 produtos apresentados anteriormente, 4 da marca DaniBel (A) e 4 da marca Trucss (B). As análises serão divididas em 4 categorias, sendo elas: 1) Preço; 2) Tamanhos e medidas; 3) Modelagem e modelos disponíveis; 4) Cores e estampas.

1) Podemos analisar que as duas marcas possuem preços relativamente diferentes, enquanto a marca A tem seus preços entre R\$69,90 a R\$119,90, a marca B apresenta seus preços entre R\$160,00 a R\$180,00.

A marca DaniBel foi diagnosticada, por 6 das 7 entrevistadas, como melhor custo benefício, pois de acordo com elas, é muito difícil encontrar peças acessíveis, específicas para o público trans feminino, podendo muitas vezes serem cobrados de 2 a 3 vezes mais caras do que peças feitas para pessoas cisgêneros. Isso dificulta a aderência e o acesso dessas pessoas a esse tipo de produto, pois, de acordo com Miranda (2020) as pessoas trans femininas e travestis são mais propensas a extrema pobreza e desemprego do que as

peças cis, pois elas, muitas vezes, sofrem dificuldades de inserção no mercado de trabalho e até mesmo podem ter seus direitos financeiros negados, como empréstimos ou cartões de crédito, devido a falta de reconhecimento legal de sua identidade de gênero.

Apenas a entrevistada 4 mostrou indiferença em relação ao preço, pois de acordo com ela, os privilégios sempre a ajudaram a se manter economicamente estável durante a sua vida.

2) Tamanhos e medidas: Ambas as marcas possuem uma grade de tamanhos do P ao GG, em todos os seus produtos, podendo inicialmente aparentar ser bem abrangente, porém em nenhum lugar nos sites temos acesso a tabela de medidas de cada tamanho, para cada peça, dificultando a segurança na hora da compra e gerando uma maior desconfiança sobre o produto servir ou não.

De acordo com as entrevistadas 1, 3, 6 e 7, é arriscado apostar em marcas ou roupas novas, que prometem solucionar os problemas, mas não oferecem informações básicas para gerar uma maior confiança. Elas ainda relataram a dificuldade de encontrar peças que sirvam em seus corpos, visto que seus biotipos não são considerados padrões pela indústria. Para concluir, elas ainda criticaram, de forma unânime, as marcas específicas para as trans existentes no mercado da moda atual, expressando suas insatisfações com a falta de inclusão de tamanhos personalizados, para pessoas, por exemplo, mais altas, mais baixas, com ombros largos, ou pessoas mais gordas.

3) Modelagem e Modelos disponíveis: A modelagem dos biquínis da marca A parece ser bem ajustada ao corpo, alguns com a presença de bojos, para melhor adequação ao busto. No entanto, por mais que a marca diga que as modelagens das peças sejam feitas especificamente para o corpo das mulheres trans, não há nenhuma clareza sobre quais seriam as diferenças quando comparadas a peças feitas para pessoas cis. De acordo com as entrevistadas 1, 2, 4, 5 e 6, atualmente, é difícil encontrar uma variedade de modelos distintos de roupas de banho, sendo muito comum, nas mais variadas marcas, biquínis exclusivamente com alças finas e de cintura baixa, como é o caso da empresa analisada, DaniBel. Isso faz com que o corpo fique extremamente exposto, gerando uma maior dificuldade para as trans que ainda

precisam lidar com disforias corporais, principalmente quando estão em início de transição.

Na marca A, as entrevistadas comentaram que os modelos disponíveis são, aparentemente, apenas para pessoas que se sentem confortáveis em expor seus corpos, gerando uma exclusão de uma significativa parcela dentro dessa comunidade, que prefere modelos mais discretos, com cintura alta, por exemplo, fazendo com que seus corpos não fiquem totalmente expostos.

Elas ainda expressaram que é muito comum existir essa estereotipação por parte das marcas, criando e confeccionando modelos que quase sempre são para mulheres trans que passaram por diversas cirurgias plásticas, como lipoescultura e prótese de silicone.

Quanto à marca B, todas as mulheres entrevistadas relataram gostar de que o produto (1) é um modelo raramente encontrado, dentre todas as opções no mercado, mas sentiram que os demais produtos parecem muito semelhantes entre si, deixando a desejar modelos diferenciados.

Ainda em relação a segunda marca, é possível verificar no site, que a modelagem é diferente, possuindo um compartimento interno para colocar os órgãos genitais, e em seguida puxar para trás e “prender” aos colchetes da segunda parte da peça, que está na cintura. 6 das 7 entrevistadas comentaram que gostaram da ideia, mas pode ser difícil de vestir a peça sozinhas.

Quatro das entrevistadas concluíram o tópico apontando que o fator preço é algo que não facilita arriscar uma modelagem tão diferente do convencional, principalmente pelas questões já mencionadas no item 1).

4) Cores e estampas: As duas marcas em análise oferecem uma grade de modelos em cores mais neutras e lisas, como o branco, preto, azul e vermelho com apenas um produto da marca DaniBel (A) com estampa e cores mais vivas. Todas as entrevistadas relataram sentir uma certa dualidade no quesito estampas oferecidas por todas as marcas, de uma forma geral, pois, ao mesmo tempo que a maior parte dos produtos se concentra em colorações neutras e lisas, o restante apresenta estampas confusas, “bregas e bagunçadas” (Entrevistada 1 e 3), por apresentarem muitas cores aleatórias com formas que não combinam entre si.

### **5.3.2 Lista de Requisitos**

Uma lista de requisitos consiste em levantar um conjunto de características e funcionalidades que determinado produto deve apresentar para atender às necessidades de um público-alvo. Bonsiepe (1984) complementa que uma lista de requisitos deve ser elaborada através de consultas com pessoas que pertençam ao público-alvo. As técnicas para coleta de requisitos podem ser através de entrevistas, observações e testes, visando uma validação com usuários de um público-alvo sobre o quanto determinada solução atende às suas necessidades.

Esta pesquisa para desenvolvimento do projeto teve um conjunto de entrevistas que foram realizadas com sete mulheres trans, sendo que suas participações foram recorrentes, em diversos momentos durante a execução deste trabalho. Esta necessidade deu-se pois, as participações dessas mulheres foi importante em diversas etapas, como o entendimento da necessidade/problema, a análise de similares, e a validação do produto final. Cada uma das entrevistadas possuem diferentes realidades e necessidades, possibilitando a elicitación de requisitos que foram essenciais para o desenvolvimento de um produto de moda mais inclusivo.

Toda funcionalidade apresentada pelas peças de roupa precisavam ser produzidas considerando as características físicas de mulheres trans. Nesta construção do projeto, as entrevistas foram essenciais, pois permitiu às entrevistadas explicarem as dificuldades que enfrentam quando buscam roupas, como essas roupas precisam ser para que se ajustem aos seus corpos, introduzindo um nível de desafio ainda maior quando tratam de roupas íntimas ou de banho. Ainda, essas mulheres explicam que costumam investir em roupas acessíveis, confortáveis, que se adaptem às suas necessidades.

No quesito modelagem e tamanhos disponíveis, 100% das entrevistadas relataram dificuldades de encontrar peças que não fiquem apertadas ou desconfortáveis na região da genital, podendo algumas vezes, inclusive causar assaduras no local. Isso evidencia a importância de ter uma tabela de medidas muito clara no site e que consiga abranger a maior pluralidade de corpos trans possíveis.

A estética do projeto foi uma característica destacada como importante pelas entrevistadas, pois desejam peças que reflitam suas personalidades e identidade de gênero. O estilo pessoal das entrevistadas é um fator determinante, por refletirem suas autoestimas, podendo reforçar seus sentimentos de segurança. Dessa forma, desenvolver produtos que tragam essas personalidades e que se adequem a esses estilos pessoais é uma forma de promover peças que possuem um potencial maior de aceitação, onde a comunidade pode ser ouvida e os pontos informados como críticas ajudam no processo de refinamento das peças.

Ademais, a acessibilidade financeira foi apontada como um requisito muito importante. Muitas entrevistadas relataram a falta de opções acessíveis no mercado de roupas voltado para a população trans, evidenciando a necessidade de desenvolvimento de produtos de qualidade e acessíveis.

Quanto à modelagem, foi percebido uma importância na questão de transparência de ideais por parte da marca, pois na maior parte das vezes, a proposta de uma modelagem diferenciada e inclusiva não é especificada de forma clara no site, gerando uma certa desconfiança por parte do público em questão.

Por fim, a inclusividade é um requisito fundamental. A moda e a indústria têxtil têm um papel importante na promoção da diversidade e na construção de espaços mais inclusivos e respeitosos. É crucial que as marcas e empresas de moda considerem as necessidades e expectativas da população trans ao desenvolverem seus produtos, promovendo a igualdade de direitos e a inclusão de todos.

A partir disso, define-se a seguinte lista de requisitos:

- Modelagem específica, levando em consideração as particularidades dos corpos da comunidade trans feminina;
- Tabela de medidas completas disponível no site;
- Grade de tamanhos abrangendo números maiores do que GG;
- Alças dos biquínis superiores ajustáveis;
- Peças confortáveis, que consigam ser utilizadas durante o dia inteiro sem machucar;

- Modelos distintos, agradando quem prefira roupas mais discretas, sem tanta exposição do corpo, até quem prefira roupas mais ousadas e com mais exposição;
- Preços acessíveis;
- Transparência dos ideais e dos diferenciais da marca, bem como ter mais informações sobre a usabilidade das peças nos sites;
- Necessidade das marcas ouvirem a comunidade em que se propõem a ajudar, para que consigam, de fato, suprir suas reais demandas.

### **5.3.3 Inspiração**

As inspirações para um projeto por vezes ocorrem de formas subjetivas, pois tendem a ser uma combinação de ideias que podem ser proveniente de muitas fontes distintas, como a arte, a natureza, a cultura, a música, a arquitetura, entre outras. Treptow (2013) considera a inspiração como o primeiro passo para o desenvolvimento de um projeto, pois serve como um guia que orienta a criação de uma coleção.

As respostas obtidas pelas entrevistas com as mulheres trans e as pesquisas dos demais autores (MIRANDA, 2020; ANTRA, 2022) explicam que uma quantidade considerável de mulheres trans precisaram em algum momento de suas vidas recorrer a prostituição, sendo um mecanismo de sobrevivência, sobretudo quando não há o apoio familiar, o que as aproxima de riscos que podem ser vividos em noites perigosas, que podem as expor a diversas situações adversas, como a violência física, sexual ou mesmo abuso de drogas.

Entendendo essa realidade, esse projeto visou se inspirar nas trajetórias de vida das mariposas, pois são seres que, mesmo após alcançarem o estágio final de suas transformações, ainda precisam lutar pela sobrevivência à noite, buscando alimentos e utilizando a luz da lua como uma iluminação para os seus longos caminhos. É possível fazer uma analogia entre essa espécie, e a transição que as mulheres trans usualmente percorrem. As Mariposas são de uma espécie considerada noturna, pois polinizam as flores no período da noite e o processo de metamorfose destes animais é visto em muitas culturas, como a asteca, mexicana e a chinesa como a morte do passado e o renascimento de

um novo ser, sendo entendido simbolicamente como uma vida após a morte ou mesmo uma indicação sobre a imortalidade do espírito.

O ciclo de vida de uma mariposa perpassa desde um estado larval, casulo e posteriormente, ao final, transformando-se em um novo ser com belas asas delicadas e coloridas, representando a libertação de amarras que possuía em sua fase de crisálida. Desta mesma forma pode ser vista a vida de muitas mulheres trans, que passam por um conjunto de processos internos em busca do autoconhecimento, usualmente sendo um processo doloroso para após, poderem vivenciar a conformidade com sua identidade de gênero. Além disso, mesmo após as suas transmutações é comum que, assim como as Mariposas, as mulheres trans sigam ligadas a atividades noturnas, por um senso de pertencimento que a noite lhes proporciona (MIRANDA, 2020).

Esses sentimentos relatados anteriormente serão evocados através do design de roupas moda praia que valorizem a diversidade e a autenticidade das mulheres transexuais, oferecendo opções que respeitem as suas necessidades. As peças produzidas foram pensadas para atender a diferentes tipos de corpos e estilos pessoais, incluindo modelos mais fechados e discretos, até modelos mais abertos e ousados, fazendo uma analogia com a evolução da mariposa, desde o estágio crisálida até a fase final, permitindo uma exposição maior do corpo. A escolha dessa inspiração traz um toque de poesia e de suavidade para o universo da moda para pessoas trans femininas (vide Figura 14).



organizada, facilitando as etapas do projeto. Essa cartela precisa ser composta de um conjunto de amostras das cores que foram selecionadas, sendo organizadas de forma sistemática, usualmente em formatos de leque ou painel, pois auxilia os designers em realizar escolhas harmoniosas e coerentes das cores para uma identidade visual, podendo inclusive ser empregadas em uma coleção de roupas. Essa cartela de cores frequentemente tem como seu objetivo a facilitação no processo de comunicação entre membros de uma equipe de criação, construindo um entendimento compartilhado de forma visual e tangível das cores selecionadas. Também, serve para apoiar no processo de tomada de decisões sobre as combinações de cores, pois permite a exploração de diferentes possibilidades cromáticas de forma simplificada (TREPTOW, 2005).

A identidade visual que pode ser composta através de uma Cartela de Cores deve considerar a mensagem que o designer pretende transmitir, devendo considerar diversos aspectos como a sazonalidade, as preferências do público-alvo, as tendências da moda ou características específicas do projeto sendo realizado (TREPTOW, 2005). A cartela de cores, conforme disposta na figura (15) deste projeto, foi projetada levando em consideração a inspiração e os levantamentos de dados coletados até esta etapa. As cores selecionadas foram: Bright Violet; Liberty; French Blue, Ethereal Blue; Ice; Celery e Black Bean, de acordo com a Pantone.

Figura 15 - Cartela de cores



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Essas tonalidades de azul entre o mais fechado até o mais aberto, transmitem sensações como confiança e tranquilidade, que são sensações importantes para a comunidade trans feminina, de acordo com as respostas coletadas anteriormente. As tonalidades de roxo e lilás, trazem sentimentos ligados à transmutação e a transformação interior, sendo usualmente utilizadas em práticas espirituais ou religiosas, assim como a cor azul, em conjunto.

Essas quatro tonalidades escolhidas são cores análogas dentro do círculo cromático e são cores consideradas frias, fazendo uma correlação com as noites hostis, sendo intensificado pela cor preta. A cor gelo e Celery causam sensações mais calorosas à cartela e trazem a referência da lua e a iluminação que a mesma causa para uma vasta escuridão, com o objetivo de trazer à tona, a voz de uma comunidade invisibilizada e, por vezes, marginalizada.

#### **5.4.2 Cartela de Materiais**

A Cartela de Materiais de acordo com Treptow (2005) consiste em definir quais materiais ou tecnologias são os mais adequados para compor as peças em sua fabricação, onde deve-se considerar diferentes aspectos como a qualidade, funcionalidade, durabilidade, estética e a viabilidade econômica. Para compor uma Cartela de Materiais para um projeto, deve-se realizar estudos e pesquisas sobre as características de cada material pré-selecionado para entender seus impactos na produção e uso das peças, visando selecionar os que melhor atendam aos requisitos identificados anteriormente. Ao final desta etapa, deve-se ter uma Cartela de Materiais criada com o foco em atender as necessidades das pessoas para as quais o projeto está sendo desenvolvido, agregando valor e diferenciação às peças criadas.

Com base em todas as informações coletadas até a presente etapa, decidiu-se utilizar três tipos de tecidos, com sensações emocionais e sensoriais distintas, bem como seus pesos e seus caimentos. São eles: 1) Lycra Confort New; 2) Malha Liganete Fluid; 3) Lycra Tule Flex Tinto; 4) Renda.

Quanto aos aviamentos escolhidos, foram: linhas e agulhas para bordados; miçangas para experimentos com bordados; bastidor; bojos cortininhas, para acomodação dos seios; linhas para as máquinas: retas, galoneiras e overloque de quatro fios; tesoura de tecido; elástico e caneta para tecido (fantasminha), conforme disposto na Figura 16.

Figura 16 - Cartela de materiais e aviamentos



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Por se tratar de um tecido com uma maior gramatura e alta compressão, o Lycra Confort New foi escolhido para a confecção do *top*, *bottom* e do maiô, sendo que, nesses dois últimos, utilizou-se forro duplo, para uma maior firmeza nas partes íntimas, aumentando a segurança para os usuários.

Decidiu-se utilizar o tecido Malha Liganete Fluid para trazer movimento e leveza às peças, devido a sua fluidez. Com esse tecido, foi possível a confecção de um babado para o top, no estilo ciganinha, cobrindo os seios e ombros, assim como a adição de uma saia fixa ao maiô, pois conforme observado na etapa de Entrevistas, todas as entrevistadas relataram insegurança quanto aos seus órgãos genitais em ambientes aquáticos, ou até mesmo desconforto em relação a roupas de banho.

Quanto ao tecido Lycra Tule Flex Tinto, confeccionou-se uma saída de praia, no estilo Kimono, para vestir por cima de qualquer outro look criado. A sua fluidez foi fruto da inspiração projetual, pois no momento em que é utilizado fechado, ele traz a ideia da crisálida e quando está aberto, traz à tona, a liberdade das mariposas.

Para complementar os looks, confeccionou-se inicialmente um cinto para o Kimono, com o tecido Lycra Tule Flex, mas, posteriormente a isso, decidiu-se

uni-lo a um tecido de renda dourado, para construir um acessório para o cabelo, durante a etapa Editorial.

### 5.4.3 Experimentações

A técnica de Experimentações no contexto do Design Thinking, proposta por Koskinen (2011), é uma etapa do processo metodológico que busca testar e validar soluções propostas por meio de testes práticos e interações com os materiais escolhidos. Essa etapa ocorre durante a fase de ideação e/ou prototipagem, com o objetivo de avaliar o desempenho das ideias em situações reais ou em ambientes controlados.

Durante a fase de Experimentações, decidiu-se testar qual seria o bordado aplicado na peça. Para a realização destes testes, cortou-se duas amostras, com cerca de 10x10cm, do tecido Lycra Tule Flex e realizou-se duas técnicas diferentes. Na amostra A, utilizou-se o beneficiamento de bordado à mão com miçangas e pedrarias. O resultado não foi o esperado, visto que, os aviamentos aplicados na amostra, danificaram e deformaram a estrutura do tecido, por causa do seu peso, conforme a Figura 17.

Figura 17 - Amostra (A) de bordados com miçangas e pedrarias



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Na amostra B (Figura 18), decidiu-se testar a técnica de bordado à mão em linha. O resultado foi um pouco mais satisfatório, possibilitando um traço mais firme e com menos deformação no tecido.

Figura 18 - Amostra (B) de bordados em linha.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

É importante destacar que, embora as duas amostras danificaram um pouco o tecido Lycra Tule, a amostra B mostrou um resultado melhor, portanto a técnica de bordado manual escolhida foi em linha.

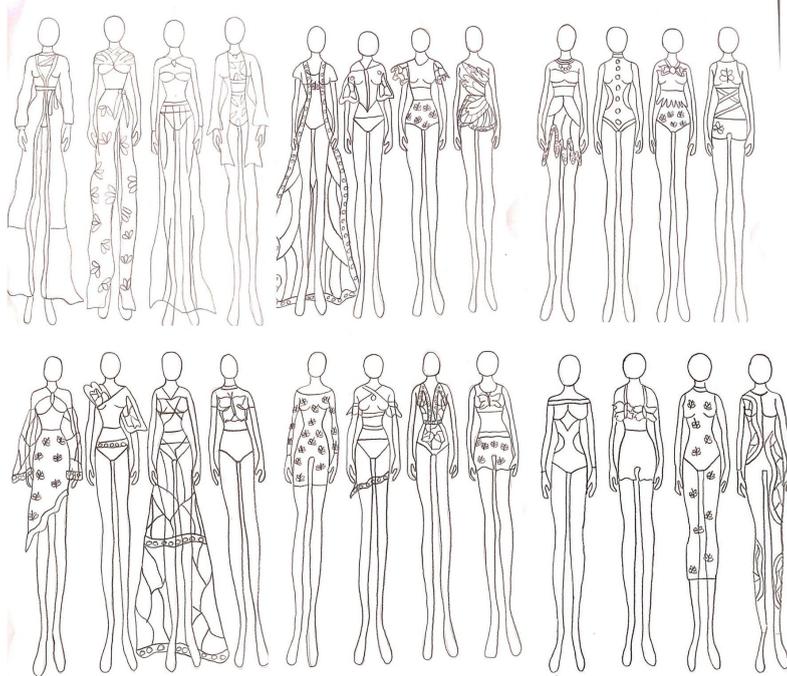
#### **5.4.4 Geração de Alternativas**

Treptow (2013) explica que deve-se criar diversas opções de peças, variando estilos, materiais, formas, cores ou texturas, considerando o tema selecionado na etapa de inspirações. Ainda, Treptow (2013) acrescenta que a geração de alternativas pode ser feita tanto individualmente quanto em equipe, considerando a estrutura da organização e os diferentes perfis de profissionais que estão trabalhando no desenvolvimento desta coleção.

As Figuras 19 e 20 apresentam os primeiros esboços de geração de alternativas considerando as inspirações provindas da etapa anterior. Essas

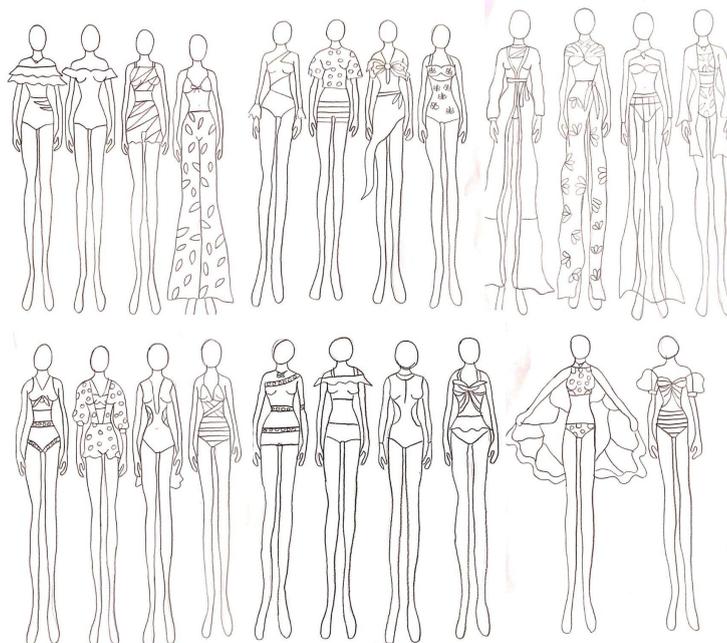
gerações foram feitas em papel A4, utilizando materiais manuais, como lápis, lapiseira, borracha e régua, usando como guia, o livro Croquis de Moda: Bases para estilistas, do autor F.V Feyerabend, conforme Figura 21.

Figura 19 - Geração de alternativas 1



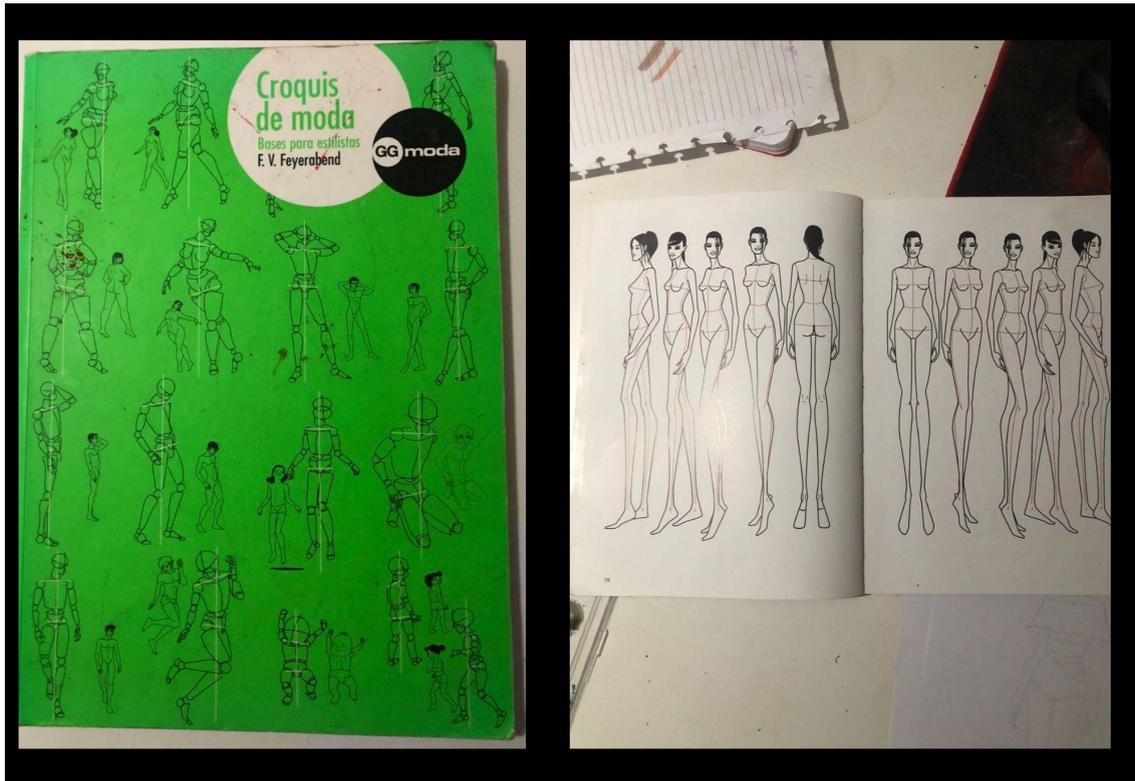
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 20 - Geração de alternativas 2



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 21 - Livro Croquis de Moda: Bases para estilistas



Fonte: Feyerabend (2014)

Para a criação dessas gerações de alternativas apresentadas anteriormente, levou-se em consideração, principalmente, as respostas obtidas através da etapa de Entrevistas e também da Coleta e Análise de Dados, que foram feitas com participações das mulheres entrevistadas. Esses esboços foram pensados para agradar muitos gostos e estilos pessoais distintos, visto que, de acordo com o que foi relatado nas entrevistas, muitas marcas de vestuário especializado neste público-alvo, acabam não contemplando em suas coleções, as mulheres trans que estão no início do processo de transição, ou que não se sentem confortáveis em expor tanto o seu corpo.

#### 5.4.2 Feedback

A etapa de *Feedback* de acordo com Koskinen (2011) consiste na coleta de opiniões das entrevistadas sobre as ideias construídas na presente etapa, para identificar os pontos de que estão aceitáveis e quais precisam de melhorias. Através destes *feedbacks*, pode-se refinar as propostas de soluções

visando a garantia de construção de peças que de fato atendam às necessidades das mulheres trans.

É importante salientar que os *feedbacks* ocorreram em mais de um momento durante a elaboração deste projeto, não se limitando apenas a etapa de avaliação de alternativas ou de protótipos mas também acompanhando a evolução do projeto até a entrega de peças finalizadas, permitindo assim resguardar um padrão de qualidade e a melhoria contínua das peças propostas, aproximando da realidade das pessoas que compõem o público-alvo.

Apesar de corpos completamente diferentes, alguns pontos costumam se repetir na visão de algumas dessas mulheres entrevistadas, entre elas: a insegurança e o desconforto com algumas regiões de seus corpos, como o tórax, busto e ombros, bem como o quadril e órgãos genitais. Esses sentimentos foram relatados por todas as mulheres que participaram do estudo, sendo que algumas delas não possuíam todas as disforias anteriormente relatadas.

As gerações de alternativas, apresentadas pelas figuras 19 e 20 foram submetidas à avaliação das pessoas entrevistadas anteriormente e observou-se uma aceitação por parte dessa comunidade. Coletou-se alguns pontos de melhorias, e com isso, foi possível selecionar quais peças serão pertencentes à coleção e quais peças serão confeccionadas.

## **5.5 Prototipar**

A Prototipação é uma etapa na qual concretiza-se os conceitos identificados na etapa de ideação, transformando-os em produtos tangíveis e testáveis. Assim, permite ao pesquisador criar tanto um protótipo físico quanto um digital, visando explorar as ideias provenientes de etapas anteriores. Um protótipo pode ser desde um simples esboço ou uma simulação criada em software até um produto completo, mas produzido em pequena escala visando teste de conceito. O principal objetivo ao realizar-se um protótipo é provar que um conceito anteriormente vislumbrado é aplicável na prática, permitindo a validação por parte de um usuário sobre o produto gerado.

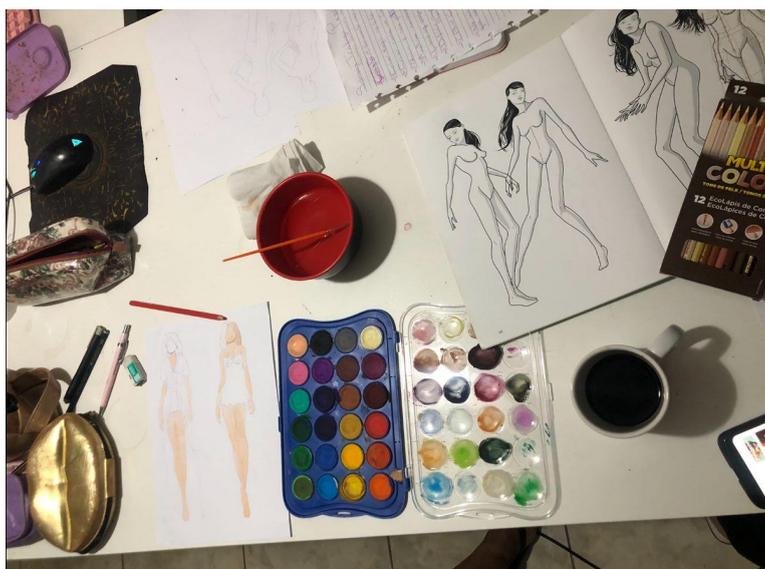
### 5.5.1 Croquis

Os Croquis representam uma etapa que, conforme descrito por Treptow (2005), pertence ao processo de Prototipação, sendo um importante momento para criar-se desenhos que detalham ideias que serão convertidas em protótipos, visando refinar as peças idealizadas. Os Croquis são importantes para a consolidação de ideias que servem de insumo para a etapa de geração de alternativas, pois permitem uma avaliação visual sobre uma ideia inicial. Eles permitem que as pessoas selecionem as melhores alternativas e posteriormente o designer possa trabalhar em refinamentos sobre essas escolhas, tornando a peça ainda mais assertiva considerando seu propósito. Além disso, os croquis podem servir como um guia na produção de peças piloto, pois permitem a visualização de detalhes técnicos e facilitam a comunicação entre profissionais que estejam atuando na produção.

Segundo Treptow (2005), uma coleção deve ser composta por um conjunto de peças de vestuário que são criadas através de um conceito central, formando um conjunto de peças coesas entre si. A etapa de Croquis envolve uma seleção minuciosa de esboços, ideias e referências, onde o designer deve considerar diversos critérios como temática, público-alvo, conceito de *design* e estética desejada. Essa seleção deve ser realizada visando garantir que as peças escolhidas estejam alinhadas ao propósito do designer.

Dentro dessa etapa, Treptow (2005) enfatiza a importância da harmonia visual e da coerência entre as peças selecionadas. Ela considera a variedade de modelos, cortes, tecidos, cores, estampas e outros elementos de design para garantir que a coleção transmita uma identidade coesa e uma visão estilística unificada. Para a elaboração dos croquis finalizados, utilizou-se: lápis 2B, para desenhar as bases; borracha; caneta Nankin para contornar; lápis de cor para sombrear e tintas aquarelas, para pintar, conforme figura 22.

Figura 22 - Processo de elaboração dos croquis



Fonte: Elaborado pela autora.

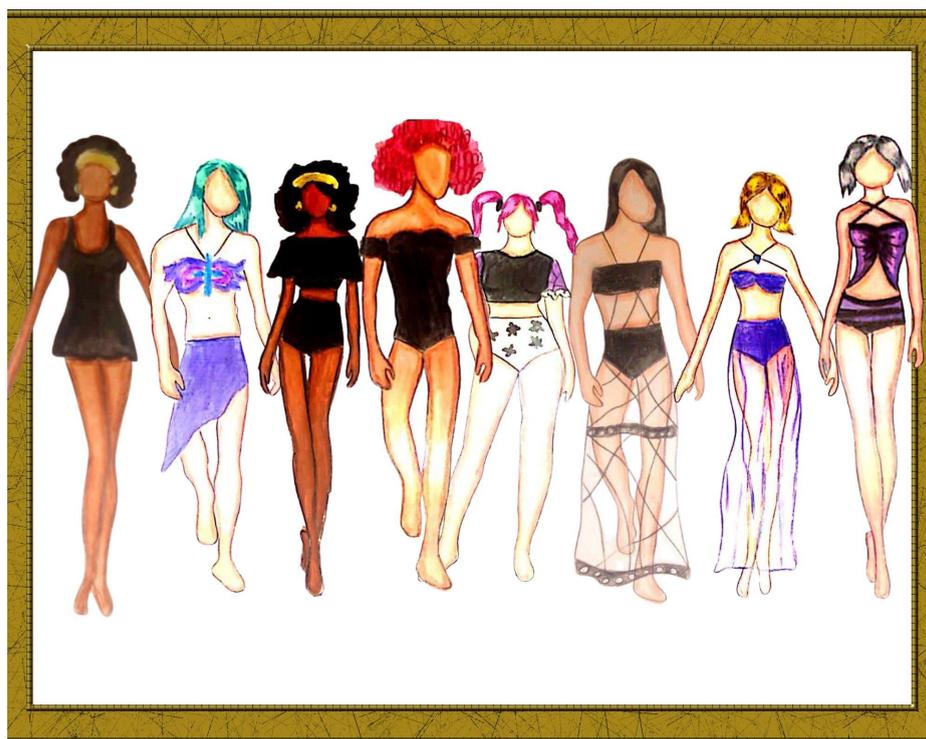
A coleção, representada pelas figuras 23 e 24, foi inicialmente composta por 16 looks, que foram escolhidos entre as gerações de alternativas elaboradas anteriormente. Os desenhos contam uma história, em ordem, começando com peças mais fechadas e discretas, remetendo ao processo inicial da transição, usualmente realizado pelas mulheres trans, em que muitas não se sentem, ainda, confortáveis com seus corpos.

Figura 23 - Coleção final 1



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 24 - Coleção final 2



Fonte: Desenvolvido pela autora

A história avança durante o passar da coleção, encontrando momentos em que essas mulheres começam a se sentir mais confiantes consigo mesmas e decidem usar menos sobreposições de tecidos, preferindo modelos um pouco mais fluidos, até conseguirem expor suas curvas por completo, mostrando suas peles, extravasando seus sentimentos e desejos por liberdade. O nome escolhido para esta coleção foi Crisálida, para manter a ligação e a analogia com a inspiração escolhida anteriormente.

Os croquis que compõem a coleção, representam a pluralidade dos corpos trans, contemplando diversos biotipos e silhuetas diferentes, bem como etnias distintas entre si, para resgatar um pouco a mais a identificação dessa comunidade com o projeto em questão.

### 5.5.2 Desenho técnico

O desenho técnico, conforme Treptow (2005), é uma etapa essencial no processo de desenvolvimento de produtos, consistindo em uma representação gráfica mais detalhada e precisa que a apresentada pelos croquis, pois

apresenta dimensões, formas, materiais e outras características elementares da peça a ser produzida. A função de um desenho técnico é comunicar de forma objetiva e transparente as informações necessárias para a fabricação de um produto, considerando especificações precisas sobre tolerâncias, acabamentos, entre outras características. Dessa forma, o desenho técnico é essencial para resguardar a qualidade de um produto final e para permitir a sua produção em escala. Os desenhos técnicos criados nesta etapa foram feitos utilizando o software CorelDraw, com escala 1:10 , de acordo com as figuras 25 a 37.

Figura 25 - Croqui e desenho técnico 1



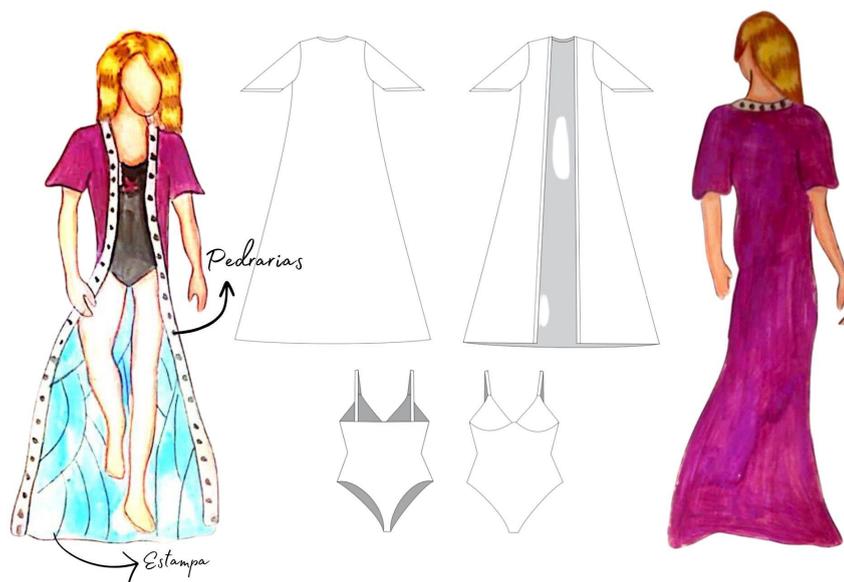
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 26 - Croqui e desenho técnico 2



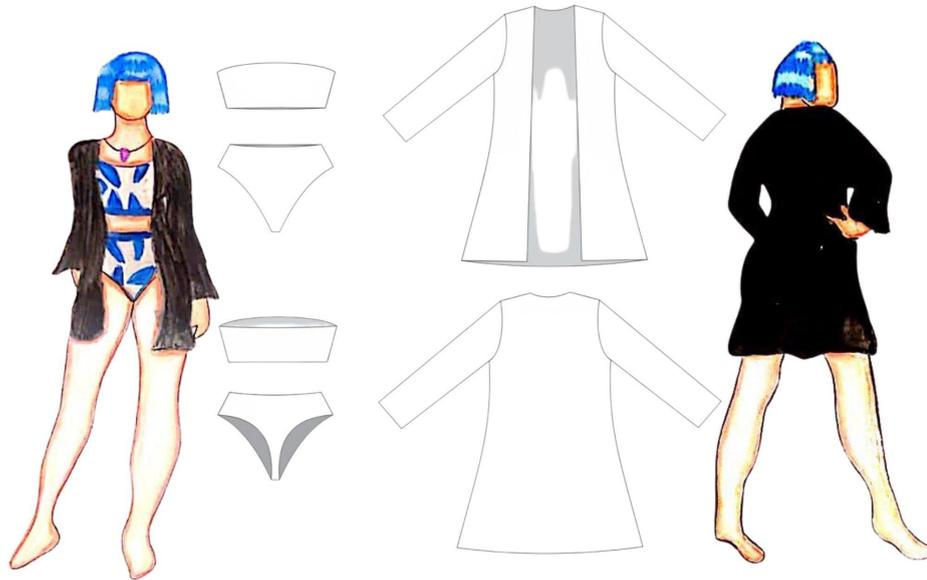
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 27 - Croqui e desenho técnico 3



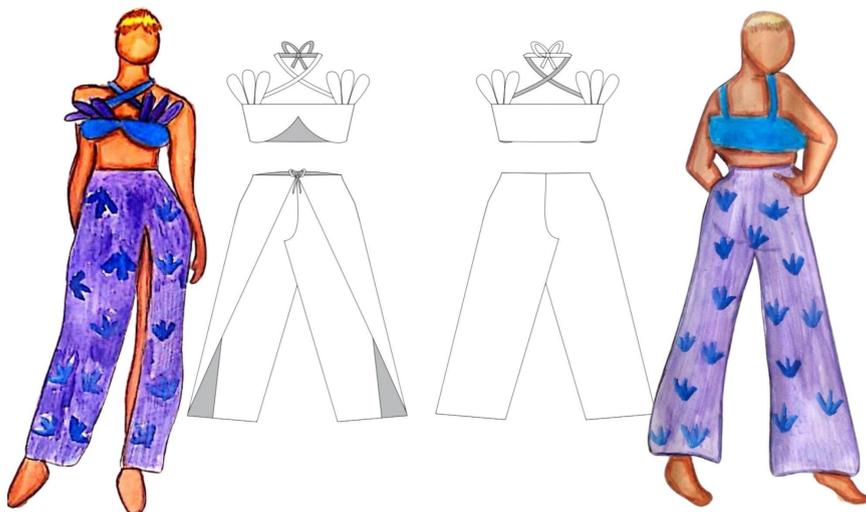
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 28 - Croqui e desenho técnico 4



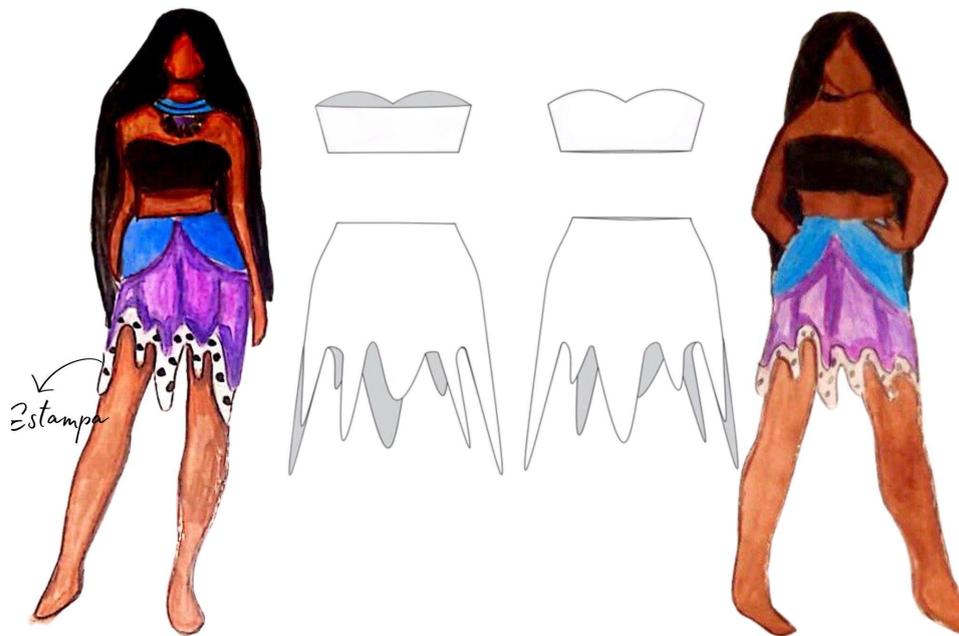
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 29 - Croqui e desenho técnico 5



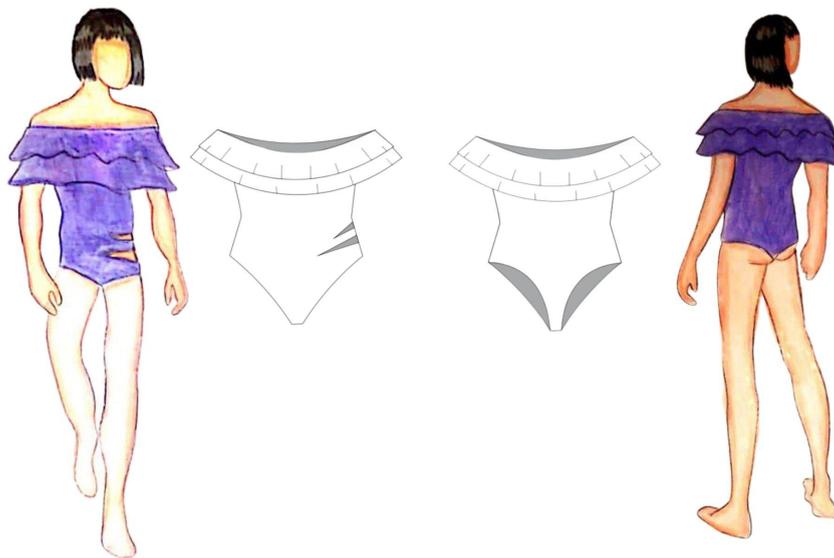
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 30 - Croqui e desenho técnico 6



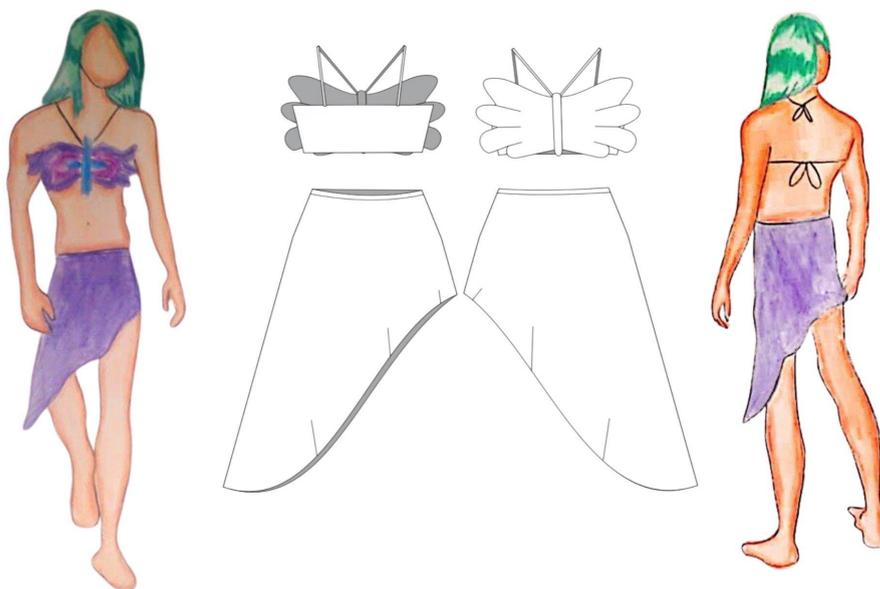
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 31 - Croqui e desenho técnico 7



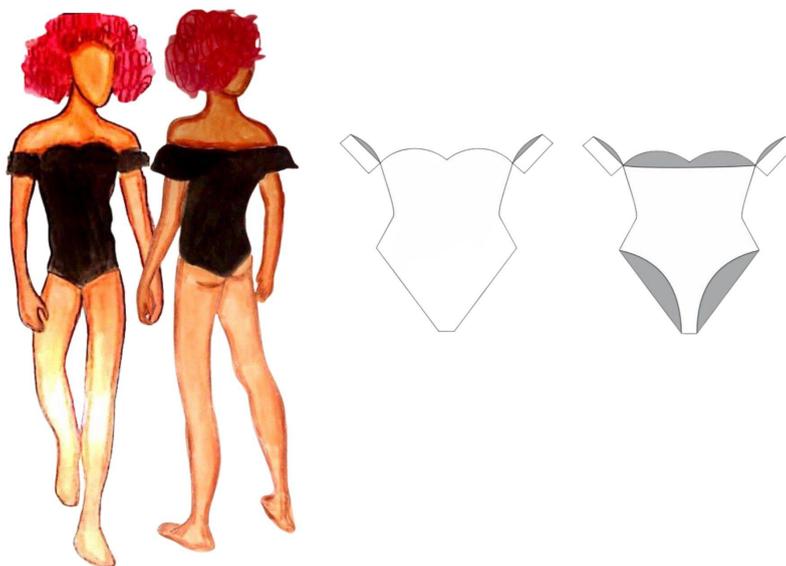
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 32 - Croqui e desenho técnico 8



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 33 - Croqui e desenho técnico 9



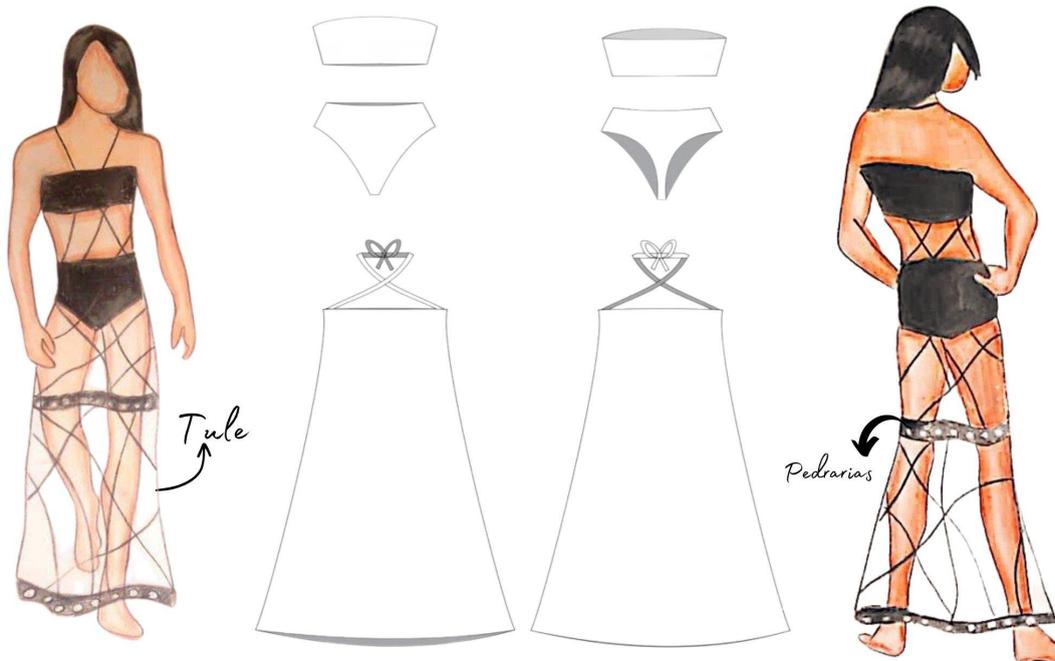
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 34 - Croqui e desenho de moda 10



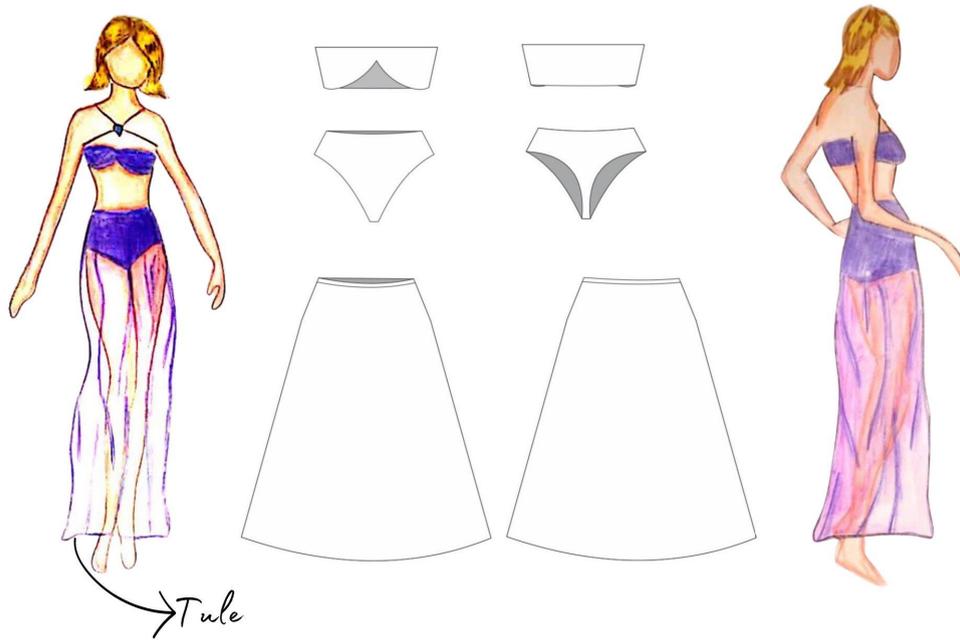
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 35 - Croqui e desenho técnico 11



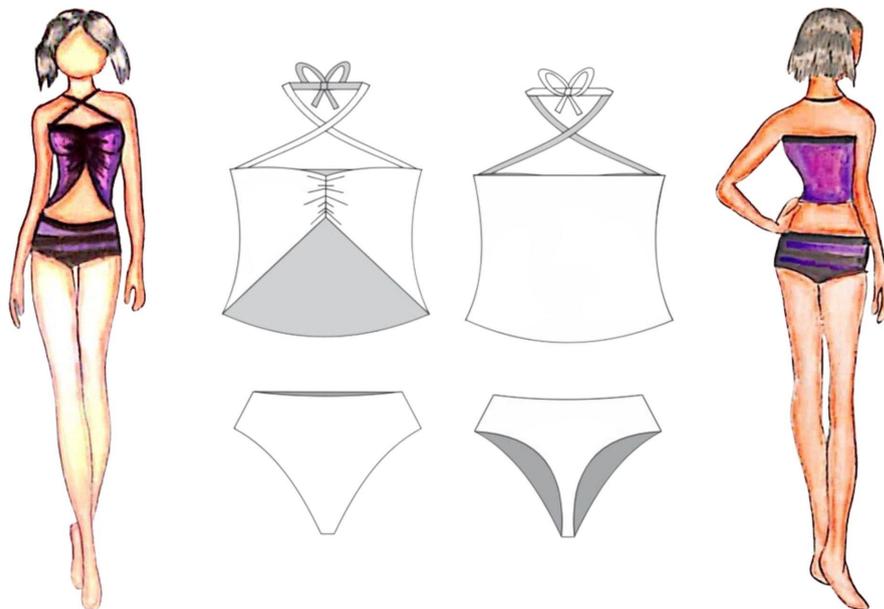
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 36 - Croqui e desenho técnico 12



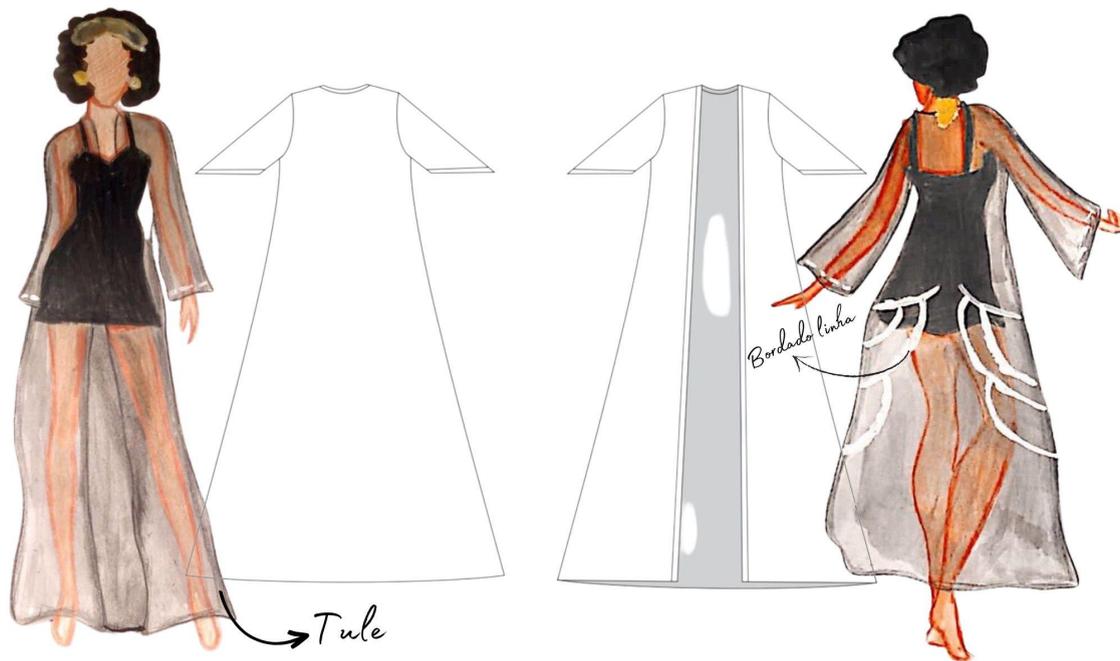
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 37 - Croqui e desenho técnico 13



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 38 - Croquis selecionados para confecção 1



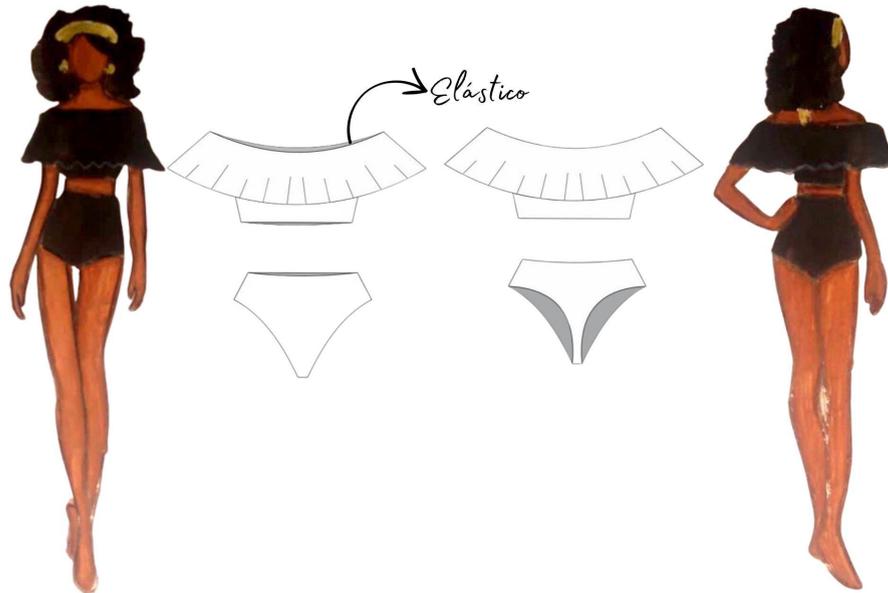
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 39 - Croquis selecionados para confecção 2



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 40 - Croquis selecionados para confecção 3



Fonte: Elaborado pela autora.

As figuras 38, 39 e 40 representam os looks que foram selecionados para a confecção.

### 5.5.3 Modelagem

De acordo com Treptow (2005), a etapa de Modelagem compreende a elaboração de uma representação física de um protótipo, podendo utilizar-se de ferramentas e técnicas apropriadas para a consolidação do produto. O objetivo de uma modelagem é tangibilizar as ideias e conceitos que provêm da fase anterior de croquis, permitindo assim uma análise precisa das características físicas e funcionais do produto em desenvolvimento.

Para que houvesse continuidade no desenvolvimento deste trabalho, escolheu-se os looks das figuras 38, 39 e 40 para construir a modelagem. Decidiu-se construir os moldes em papel, através da técnica de modelagem plana, conforme a figura 41. O look 1 é composto por um maiô com saia, para que ocorra uma possível melhora na autoestima e que possibilite o público-alvo a usar a peça com segurança, sem se preocupar tanto com seus órgãos genitais. Esse maiô possui bojo, para melhor acomodação dos seios.

O look 2 é composto por um top com babado e um botton de cintura alta, fio dental, com forro duplo com o tecido Lycra Confort New, que é um tecido de alta compressão, mantendo e facilitando a acomodação dos órgãos genitais para trás, com maior segurança, sem deixar o conforto de lado. O babado é recomendado para a parcela do público-alvo, como foi relatado nas entrevistas, que sente algum desconforto em relação ao tórax, busto, ou ombros.

O look 3 é composto por uma saída de praia, feita em tecido Lycra Tule Flex Tinto, trazendo uma leveza e movimento para a peça, remetendo a inspiração das mariposas, que possuem asas delicadas e grandes.

Figura 41 - Moldes encaixados nos tecidos



Fonte: Elaborado pela autora.

Assim que os looks foram escolhidos para o seguimento do projeto, foi necessário algumas medidas corporais da modelo, para a correta realização dos moldes. Por se tratar de tecidos que possuem uma porcentagem considerável de elastano (10 a 12%), descontou-se cerca de 15% das medidas, para a realização correta dos moldes.

#### **5.5.4 Ficha Técnica**

A Ficha Técnica consiste em uma etapa da metodologia para o desenvolvimento de produtos, consistindo na documentação das informações

técnicas referentes à produção da peça ou produto. Essa documentação precisa conter um conjunto de informações, como os materiais que foram utilizados, as dimensões, tolerâncias, acabamento superficial, entre outros dados relevantes para a produção destas peças. A Ficha Técnica é um documento essencial, pois resguarda a qualidade do produto, pois permite a padronização em um processo produtivo, também facilitando a comunicação entre as equipes de desenvolvimento e produção. As fichas técnicas estão disponíveis nas figuras 42.1, 42.2, 43.1, 43.2, 44.1 e 44.2.

Figura 42.1 - Ficha Técnica saída de praia



**ãnima**  
EDUCAÇÃO

*Vitória Hansel*

FICHA TÉCNICA

---

Coleção: *Crisálida* Modelo: *Saída de praia, estilo kimono*  
 Ano: *2023/1* Referência: *001*

Descrição da peça: *Saída de praia, em estilo kimono, feita com Tule com elástico. Parte de trás com bordado em linhas orgânicas*

---

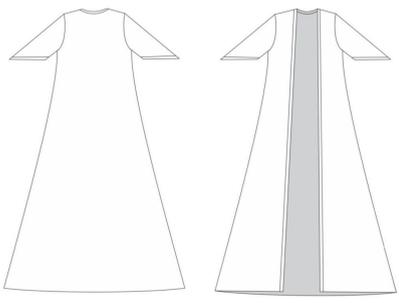
Beneficiamento

*Bordado à mão em linha.*

Matéria-prima Principal						
Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fornecedor	Largura	Preço
<i>Linha Tule</i>	<i>100% Poliéster</i>	<i>Preto</i>	<i>2m</i>	<i>Entremarchas</i>	<i>1,60m</i>	<i>R\$15,00/m</i>
<i>Filã Tule</i>	<i>100% Elastano</i>					

Matéria-prima Secundária						
Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fornecedor	Largura	Preço
<i>Linha Malha</i>	<i>100% algodão</i>	<i>Off white</i>	<i>6m</i>	<i>Estilobras</i>		<i>R\$8,00</i>
<i>Moss Malha</i>	<i>Mossado</i>			<i>Artisanato</i>		

Desenho Técnico (Escala 1:10)



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 42.2 - Ficha técnica saída de praia

**ãnima**  
EDUCAÇÃO

**FICHA TÉCNICA**

Seqüência de Montagem da Peça	Seqüência Operacional	Min
Dobrar tecido e colocar os moldes	Cortar frente e costas cortar 2x o cinto	45min
Unir ombros, frente e costas e laterais	Overloque	16,30min
Bainha	Galoneira	1h
Fechar o cinto	Overloque	30min
Paspontar	Reta	45min

Modelagem Planificada



Amostra Tecido 1



Amostra Tecido 2



Amostra Tecido 3

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 43.1 - Ficha Técnica Maiô

**ãnima**  
EDUCAÇÃO

*Vitória Hansel*

**FICHA TÉCNICA**

Coleção: *Crisálida* Modelo: *Maiô*  
 Ano: *2023/1* Referência: *002*  
 Descrição da peça: *Maiô com bojo para sustentação dos seios, com saia fixa, em Malha Levelete.*

Matéria-prima Principal						
Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fornecedor	Largura	Preço
<i>Ligeiro Comfort</i>	<i>88% Poliéster</i>	<i>Preto</i>	<i>2m</i>	<i>Extremalhas</i>	<i>1,65m</i>	<i>R\$62,90/m</i>
<i>U New</i>	<i>92% Elastano</i>					

Matéria-prima Secundária						
Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fornecedor	Largura	Preço
<i>Malha Ligelete</i>	<i>96% P.O.F</i>	<i>Preto</i>	<i>1m</i>	<i>Extremalhas</i>	<i>1,50m</i>	<i>R\$26,00/m</i>
<i>Fluorid</i>	<i>4% S.P.A.B.T</i>					

Desenho Técnico (Escala 1:10)



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 43.2 - Ficha Técnica Maiô

**ãnima**  
EDUCAÇÃO

**FICHA TÉCNICA**

Seqüência de Montagem da Peça	Seqüência Operacional	Min
Dobrar tecido e colocar os moldes	Cortar tudo	1h
Fechar saia	Overloque	25min
Fechar o botton	Overloque	1h
Unir saia e botton	Overloque	50min
Elastico nas pernas	Reta	30min
Fechar o top e colocar bojo	Overloque	1h 30min
Unir parte superior com inferior	Overloque	30min
Fazer a balsa com elastico e prender no top		1h
Embutar todas as costuras na cintura		1h
Abriu 3cm na faldagem p/ virar tudo	Reta	45min
Fazer bainha da saia	Reta	30min

Modelagem Planificada



Amostra Tecido 1	Amostra Tecido 2	Amostra Tecido 3
 Lycra Comfort New	 Malha Liganete	

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 44.1 - Ficha técnica Conjunto de biquínis

**ãnima**  
EDUCAÇÃO

*Vitória Hansel*

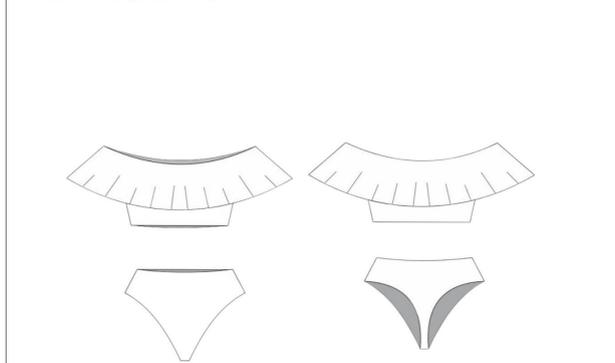
**FICHA TÉCNICA**

Coleção: *Crisálida* Modelo: *Conjunto de biquínis*  
 Ano: *2023/1* Referência: *003*  
 Descrição da peça: *Conjunto de biquínis com top com babado e botton fixo dental com cintura alta.*

Matéria-prima Principal						
Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fornecedor	Largura	Preço
<i>Lycra Comfort New</i>	<i>88% Elasteter</i>	<i>Preto</i>	<i>2m</i>	<i>Entremaltas</i>	<i>1,65m</i>	<i>R\$62,90/m</i>
	<i>12% Elastano</i>					

Matéria-prima Secundária						
Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fornecedor	Largura	Preço
<i>Malha Liganete</i>	<i>96% P.O.F</i>	<i>Preto</i>	<i>1m</i>	<i>Entremaltas</i>	<i>1,50m</i>	<i>R\$26,00/m</i>
<i>Flúid J</i>	<i>4% ELAST</i>					

Desenho Técnico (Escala 1:10)



Fonte: Elaborado pela autora.

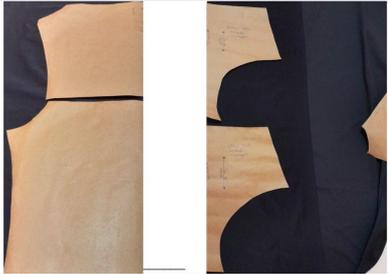
Figura 44.2 - Ficha Técnica Conjunto de biquínis

**ãnima**  
EDUCAÇÃO

**FICHA TÉCNICA**

Seqüência de Montagem da Peça	Seqüência Operacional	Min
Dobrar tecido e colocar os moldes	Cortar tudo	h
Dobrar tecido para babado	Cortar 2x	30min
Unir os lados do babado e o top	Overloque	h 15min
Cortar 90 a 100cm de elástico, fazer gna canelê		50min
Fazer bainha	Galoneira	40min
Fechar todo o botton	Overloque	h 15min
Costurar com elástico	Overloque	30min
Abriu 3cm na lateral p/ virar		25min
Fechar tudo	Overloque	h

Modelagem Planificada



Amostra Tecido 1



Lycra Comfort New

Amostra Tecido 2



Malha Liganete

Amostra Tecido 3

Fonte: Elaborado pela autora.

As fichas técnicas foram realizadas a partir da utilização do software Canva.

### 5.5.5 Confeccão

A etapa de Confeccão é explicada por Treptow (2005) como uma fase em que as peças finais podem ser produzidas, baseadas na ficha técnica e no desenho técnico que foram previamente elaborados. Nessa etapa, os materiais e técnicas que foram escolhidos durante o processo de prototipação são considerados para a produccão das novas peças. Nessa etapa, é essencial que se possua as habilidades técnicas e conhecimentos específicos para resguardar a qualidade e a precisão nas peças finais. Além disso, é fundamental também que se haja um controle rigoroso da qualidade, visando identificar alguns possíveis problemas e realizar os ajustes antes da entrega do produto final.

No presente trabalho, decidiu-se confeccionar quatro peças, conforme as figuras 45 a 48 com o objetivo de compor dois looks, com possibilidade para um terceiro, por causa do kimono. Os looks escolhidos foram a figura 38, 39 e a figura 40, conforme relatado anteriormente.

Figura 45 - Processo de confecção das peças 1



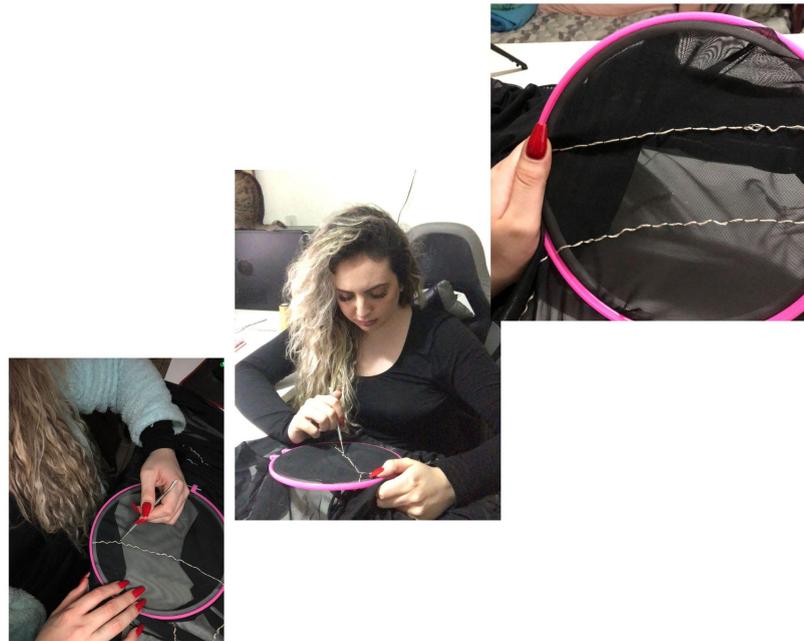
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 46 - Processo de confecção das peças 2



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 47 - Técnica manual de bordado com linha



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 48 - Detalhes dos bordados na peça



Fonte: Elaborado pela autora.

Os bordados feitos no kimono, de acordo com a Figura 48, remetem às linhas orgânicas que as crisálidas possuem, essas servindo como formas de inspiração para essa técnica manual.

## **5.6 Provar**

Koskinen (2011) conceitua o processo de "Provar", como um momento no qual os designers testam o protótipo elaborado pela etapa anterior. O objetivo principal é verificar se esse protótipo atende às necessidades e requisitos que foram estabelecidos na etapa de Definição e verificar se o protótipo tornou-se um produto viável para a solução do problema proposto. Nessa etapa, eventualmente ocorrem recorrentes mudanças no protótipo até que este atinja a efetividade esperada. O feedback dos usuários é muito fundamental nessa etapa, pois através dessas impressões é possível fazer ajustes e melhorias no protótipo, resguardando sua eficácia.

### **5.6.1 Prova das peças confeccionadas**

A realização da prova é essencial para resguardar o sucesso do produto, pois esta etapa permite uma avaliação e validação de ideias a respeito das soluções previamente geradas, além de permitir a identificação de problemas ou falhas que precisam ser corrigidas. Esta etapa permite uma verificação sobre o quanto os requisitos foram atendidos e se a solução que foi desenvolvida é viável ou aceitável pela perspectiva do usuário final. Neste caso, a utilização de uma coleta de feedbacks posterior a experimentação é importante para verificar na prática as funcionalidades, o conforto, a estética e os materiais para entender se atendem às expectativas das usuárias, possibilitando ainda ajustes finos e resguardando uma maior qualidade ao produto no final deste ciclo.

Durante o teste das peças confeccionadas, observou-se uma aderência completa à modelagem realizada, considerando o corpo da modelo, não apresentando necessidade de ajustes nos acabamentos. A modelo convidada para o editorial, por se tratar de uma mulher trans, relatou que sentiu-se confortável e acredita que essa coleção tem um interessante potencial para as demais mulheres que também encontram barreiras para frequentar ambientes com grande exposição do corpo.

## **5.7 Divulgação**

A Divulgação é um processo apresentado por Treptow (2005), tendo como objetivo finalizar um processo criativo e permitir a transformação das ideias ou soluções em produtos e serviços que tenham potencial para serem oferecidos ao mercado. Nessa etapa, foram utilizadas técnicas fotográficas, edição de conteúdo editorial e produção de vídeo de moda, com o objetivo de revitalizar as ideias e transformá-las em algo tangível e realístico. O objetivo é apresentar o quanto o resultado final atende aos requisitos estabelecidos e o quanto é capaz de satisfazer as necessidades dos usuários.

### **5.7.1 Editorial**

A etapa de Editorial, de acordo com Treptow (2005), é a fase do Design de Moda em que a coleção é finalizada por meio de um ensaio fotográfico ou desfile. Nessa etapa, o conceito da coleção é comunicado por meio da apresentação visual dos looks, juntamente com acessórios, maquiagem e cabelo. O objetivo principal é criar uma imagem que represente a marca e a coleção de maneira coerente e atraente para o público-alvo. A etapa de Editorial é considerada uma das mais importantes do processo, pois é a última oportunidade de ajustar a coleção antes de lançá-la no mercado.

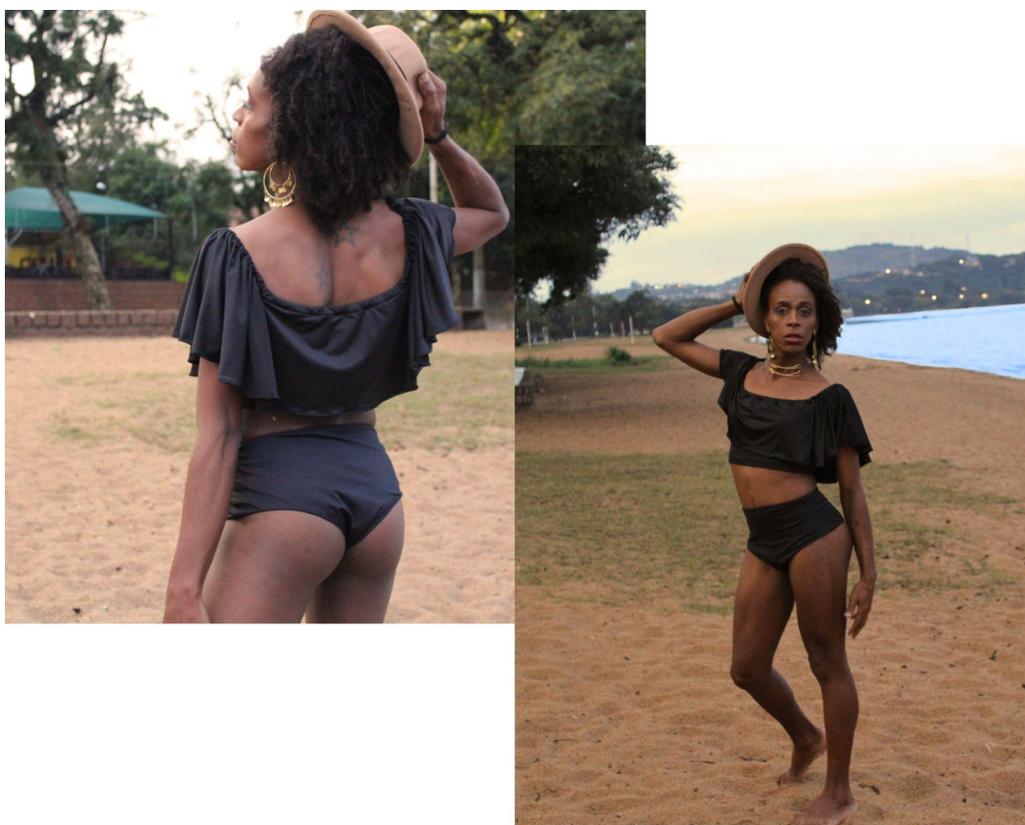
Para a realização do editorial do presente trabalho, conforme as figuras 49, decidiu-se fotografar as peças ao ar livre, em dois dias distintos. Os locais selecionados foram: Ipanema, Zona Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul (dia 1); e Parque do Cocão, em Alvorada, Rio Grande do Sul (dia 2).

Figura 49 - Fotos do editorial - Parte 1



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 50 - Fotos do editorial - Parte 2



Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 51 - Fotos do editorial - Parte 3



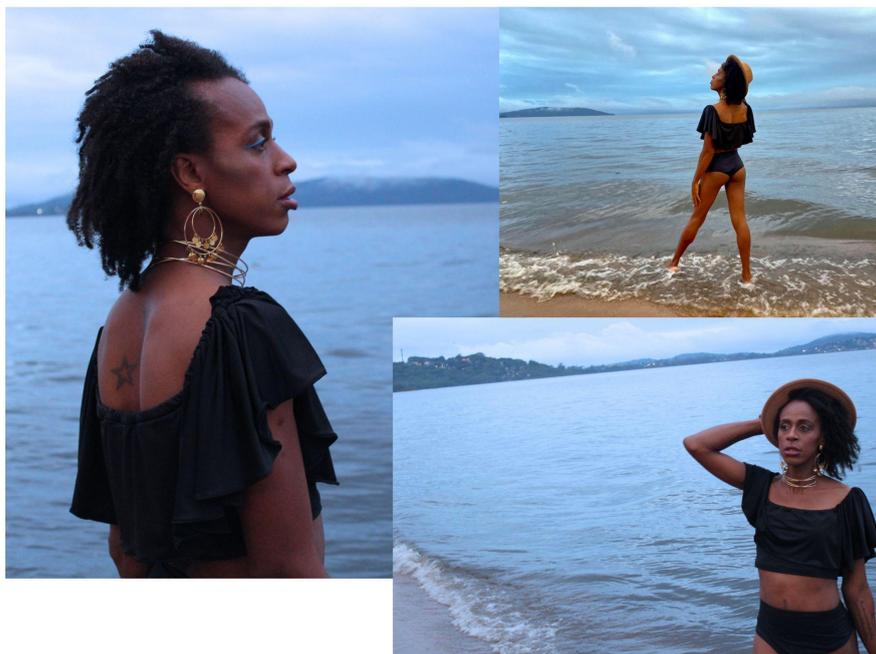
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 52 - Fotos do editorial - Parte 4



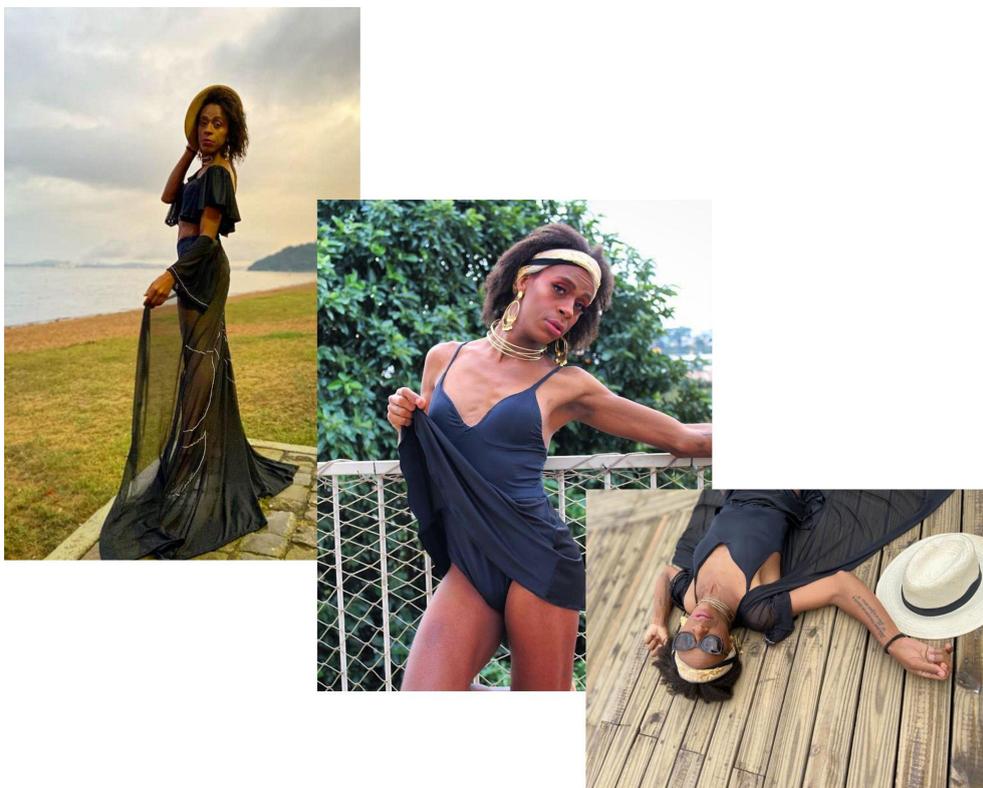
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 53 - Fotos do editorial - Parte 5



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 54 - Fotos do editorial - Parte 6



Fonte: Elaborado pela autora.

Todo o processo do Editorial, como: maquiagem; cabelo; escolha dos acessórios; cenário; locais para as fotos; captura e edição das mesmas, foi realizado pela autora do presente trabalho.

### **5.7.2 Vídeo Fashion**

O Vídeo Fashion é uma etapa apresentada por Treptow (2005) que consiste em produzir de um vídeo com a finalidade de apresentar uma coleção finalizada. Esse vídeo visa mostrar em uma forma visual e dinâmica a utilização das peças de roupa desenvolvidas, destacando suas principais características e elementos de *design*. É uma técnica importante, pois promove a divulgação de uma coleção, possibilitando que os consumidores obtenham uma noção mais transparente do estilo e de um conceito da marca, além de contribuir para a construção de sua identidade visual e posicionamento no mercado.

O Vídeo Fashion, feito para este trabalho, teve como objetivo mostrar o *making off* de toda a produção realizada, desde a preparação da pele, para o processo da maquiagem, até a locomoção aos locais escolhidos, bem como detalhes do ensaio fotográfico e das peças confeccionadas.

## **6. Conclusão**

Este trabalho buscou valorizar a beleza da mulher trans, aumentando sua autoestima através de roupas criadas especificamente para os problemas relatados nas entrevistas. O público-alvo participou ativamente de alguns processos durante o projeto, como a análise dos dados coletados sobre duas marcas escolhidas pela autora; a seleção dos esboços, para compor a coleção, e posteriormente, a escolha dos looks confeccionados.

Para os objetivos específicos, buscou-se informações na literatura nacional e estrangeira, para um entendimento mais aprofundado do tema, assim como a busca por estatísticas atualizadas e livros que retratem a vida média das mulheres trans brasileiras. Foi levado em consideração as marcas mais faladas durante a etapa de entrevistas para a análise e coleta dos dados, para gerar uma proximidade maior com a comunidade, facilitando a análise que foi feita com participações dessas mulheres.

A escolha da metodologia híbrida foi muito importante para a realização de todas as fases e processos do projeto, sendo ela desenvolvida a partir da estrutura do Design Thinking, recomendado por Koskinen (2011). Como esperado, os usuários permaneceram no centro de todo o processo de criação deste projeto, sendo possível a coleta de feedbacks construtivos ao longo do desenrolar das ideias e protótipos, alterando o resultado final, com o objetivo de propor soluções inovadoras para os problemas relatados pelos mesmos. A listagem dos requisitos, a partir das entrevistas e análises de dados, foi de grande importância para a continuidade do projeto, e para que se mantivesse coerente com os propósitos estabelecidos pela própria comunidade.

A etapa de experimentações foi decisiva para a escolha do beneficiamento têxtil, validando e ao mesmo tempo descartando algumas possíveis técnicas que não mostraram eficácia quando aplicadas aos tecidos escolhidos para a confecção. Quanto aos desafios, destaca-se a dificuldade de aplicar corretamente as técnicas manuais escolhidas, pois como relatado anteriormente, o tecido selecionado possui uma significativa quantidade de elastano, causando uma deformação em sua estrutura, quando feito o beneficiamento têxtil.

Como projetos futuros, pretende-se aprofundar mais sobre o presente tema, visto que, o mesmo possui uma grande relevância social e complexidade, como destacado ao longo das etapas, sendo necessárias mais experimentações com outros tecidos ou beneficiamentos, aperfeiçoamento das peças confeccionadas, bem como a coleta de mais feedbacks da comunidade em estudo.

Destaca-se que foi possível com as peças finais, a consolidação dos objetivos gerais e específicos deste trabalho, bem como dos itens da lista de requisitos, de acordo com as opiniões tanto por parte da modelo que utilizou as peças, quanto das pessoas que foram entrevistadas. A presente autora destaca que foi de grande valor emocional e profissional, a realização de todo o projeto, pois a mesma entende-se, também, como uma mulher trans, o que a fez gerar uma maior empatia e proximidade com o público-alvo trabalhado. A autora ainda destaca que levará consigo, para experiências futuras, uma consciência mais ampla sobre o assunto, bem como a emoção de ter construído um projeto em conjunto com a comunidade a qual pertence.

## Referências

ATKINSON, Sean R.; RUSSELL, Darren. **Gender dysphoria**. Australian family physician, v. 44, n. 11, p. 792-796, 2015.

BAGAGLI, B. P. (2016). **A diferença trans no gênero para além da patologização**. *Revista Periódicus*, 1(5), 87-100.

BARROSO, L. R. (2018). **Transconstitucionalismo**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais.

BARROSO, Lucas Paoliello; FRADE, Marco Antonio; PIMENTEL, Agenor de Toledo. **Travestis e transexuais: violência e desrespeito aos direitos humanos**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 20, n. 1, p. 125-136, 2006.

BONSIEPE, Gui. **Metodologia Experimental: desenho industrial**. Brasília: CNPq, 1984.

**Dossiê assassinatos e violências contra travestis e transexuais brasileiras em 2021** / Bruna G. Benevides (Org). – Brasília: Distrito Drag, ANTRA, 2022

ENTWISTLE, J., FRANKLIN, C., LEE, N., & WALSH, A. (2019). **Fashion Diversity**. *Fashion Theory*, 23(2), 309-323.

FEYERABEND, F. V.,. **Croquis de moda: Bases para estilistas**. 1a Edição. São Paulo: GG Moda, 2014.

KOSKINEN, Ilpo et al. **Design Research through practice**. Waltham: Elsevier, 2011

LANZ, L. (2014). **O corpo da roupa. A pessoa transgênera entre a conformidade e a transgressão das normas de gênero. Uma introdução aos estudos transgêneros**. Curitiba: Transgente.

LARRAT, S. (2016) **Entrevista cedida a Michelle Miranda**, 04 de outubro de 2016.

LIPOVETSKY, G., & SERROY, J. (2015). **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Editora Companhia das Letras.

MIRANDA, M. B. (2020). **Mais do que Rua, Camisinha e Gel**. Editora Appris.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

PELÚCIO, L. (2007) **"Mona, eu me cuido" - Gênero, Saúde e Corporalidade entre Travestis que se Prostituem**. Em: Seminários Homofobia, Identidades e Cidadania LGBTTTT, Florianópolis. Boletim Eletrônico CLAM.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção**. 5a Edição. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

TULLIO-POW, S., Yaworski, A. S., & Kincaid, M. (2021). **Transgender fashion: Fit challenges and dressing strategies**. *Clothing Cultures*, 7(1), 35-47.

WINTER, S., DIAMOND, M., GREEN, J., KARASIC, D., REED, T., WHITTLE, S., & WYLIE, K. (2016). **Transgender people: health at the margins of society**. *The Lancet*, 388(10042), 390-400.