

ESTUDOS DE GÊNERO NO CAMPO DO DESIGN DE MODA: reflexões exploratórias

GENDER STUDIES IN THE FIELD OF FASHION DESIGN: exploratory reflections

COSTA, Naissa Silva; Mestranda; Universidade Federal do Maranhão

naissa.silva@discente.ufma.br

NORONHA, Raquel; Doutora; Universidade Federal do Maranhão

raquel.noronha@ufma.br

Resumo

A pesquisa busca compreender a relação entre moda e gênero, destacando como o design de moda pode reforçar ou subverter normas sociais. Fundamenta-se que a moda não apenas reflete, mas também molda narrativas de gênero, proporcionando a inclusão e pertencimento de grupos marginalizados. Discute-se a necessidade de questionar conceitos binários de gênero na moda, explorando como a criação e representação de vestuário podem desafiar normas hegemonicamente impostas. A pesquisa utiliza uma abordagem bibliográfica sistemática para investigar entre artigos publicados no período entre 2020 e 2024, que abordam sobre estudos de gênero de forma interdisciplinar ao design de moda. Como resultado, apresentamos um debate dos discursos e reflexões contidas nos cinco artigos selecionados com teoria crítica contemporânea sobre design e gênero.

Palavras Chave: gênero; design; moda.

Abstract

The research seeks to understand the relationship between fashion and gender, highlighting how fashion design can reinforce or subvert social norms. It is argued that fashion not only reflects, but also shapes gender narratives, providing inclusion and belonging for marginalized groups. The need to question binary concepts of gender in fashion is discussed, exploring how the creation and representation of clothing can challenge hegemonically imposed norms. The research uses a systematic bibliographic approach to investigate articles published in the period between 2020 and 2024, which address gender studies in an interdisciplinary way with fashion design. As a result, we present a debate on the discourses and reflections contained in the five selected articles with contemporary critical theory on design and gender.

Keywords: gender; design; fashion.

1 Introdução

A moda, vista como um sistema, exerce um dualismo entre reforçar o status quo e subvertê-lo, especialmente quando refere-se a gênero, conforme Arcoverde (2015). Independentemente disso é incontestável a habilidade do design de moda de gerar imagens e narrativas de gênero que proponham pertencimento e inclusão a grupos sociais marginalizados e preteridos diante do sistema de padrões hegemônicos da sociedade.

O exercício dos designers de moda deve questionar e subverter conceitos ultrapassados de gênero, contestando sua naturalização para evitar o esvaziamento dos discursos na concepção do produto de moda, a fim de proporcionar maior diversidade e inclusão para os consumidores. Conforme Altmann e Prado (2023) o termo “diversidade” é utilizado para se referir a questões de gênero, sexualidade, classe social, raça/etnia, deficiência, entre outras diferenças que são, rotineiramente, atravessadas por certos discursos sociais.

Os estudos dentro dessa temática ainda são insuficientes, tendo em vista a ampla extensão de nuances que envolvem as questões de gênero. É necessário ainda discutir de quais formas as convicções de gênero presente na sociedade induzem a materialidade e as características morfológicas do produto de moda, assim como questionar o entendimento de uma moda agênero, uma vez que as concepções de gênero são constituídas e reproduzidas em sociedade.

Tais concepções e percepções embasam-se em um entendimento contemporâneo de gênero, que segundo a filósofa Judith Butler se constitui a partir de uma constante construção: “[...] o gênero é sempre um feito, ainda que não seja obra de um sujeito tido como preexistente à obra. [...] não há identidade de gênero por trás das expressões do gênero; essa identidade é performativamente constituída, pelas próprias expressões tidas como seus resultados (BUTLER, 2003, p. 48).

Outra questão a se considerar é a condição do design, de forma geral, e o design de moda, especificamente, como uma tecnologia de gênero. Essa expressão foi cunhada pela historiadora italiana Teresa de Lauretis (1987), em seu célebre texto homônimo que construía tal argumentação em relação ao cinema. A argumentação utiliza como metáfora a ideia de space-off como aquilo que fica fora do enquadramento cinematográfico e, trazendo a argumentação para o campo do design, o que fica fora das escolhas projetuais. Para a autora, essas escolhas do que fica e o que sai do enquadramento são questões políticas e ideológicas, e nos sugere que em nossas análises sobre o que são representações, possamos olhar para essas obliterações e apagamentos, entendendo seus papéis na construção do próprio discurso sobre a representação. Em nosso caso, sobre design de moda e gênero.

Diante dessas questões a presente pesquisa foi conduzida através de uma revisão bibliográfica sistemática, para buscar compreensão acerca do tema proposto e responder a questão-problema: Como os estudos de gênero podem influenciar na criação, produção e interpretação do design de moda?

2 Moda e Gênero: Sistemas de Poder

Souza (2010) conceitua o termo “design de moda” agregando a perspectiva da moda com a do design, ao associar o conceito de produção de projetos aos processos subjetivos da moda, e por consequência, de seus produtos. A autora declara que o bom design é exercido ao considerar questões ambientais, econômicas, sociais e ergonômicas, não apenas o produto em si, desse modo

estipula a relação do homem e do objeto como origem para sua criação.

Apesar do designer corriqueiramente ponderar a concepção de seus projetos a partir de aspectos que estruturam a forma do produto, a subjetividade atrelada à moda perpassa as características mercadológicas do design. Barthes (1967) e Sant’anna (2007) diferenciam vestuário e moda, onde o primeiro representa os traços funcionais e técnicos do produto, e o segundo é percebido como simbólico, signifiante e comunicativo. Desta forma, Sant’anna (2007) pontua que, apesar de estarem intrinsecamente ligados, os conceitos de moda e vestuário não podem ser confundidos, uma vez que o vestuário proporciona o exercício da moda, enquanto essa atua no campo imaginário, integrada à cultura.

Para Sant’anna (2007) a moda existe em um campo indefinido de materialidade, pois se apresenta por meio de toda a expressividade possibilitada pelo vestuário, trazendo sentido às semioses que são estabelecidas através das cores, formas e texturas das roupas. Dessa forma, segundo a autora, a moda desencadeia processos que são fundamentais à sociabilidade, ainda que funcionem como mecanismos de distinção e hierarquização social, e, portanto, como instrumentos indispensáveis à constituição e manutenção das relações de poder. Diante dessa hierarquização, Louro (2007) afirma que alguns grupos sociais que ocupam posições centrais, definem o padrão de representação social e são vistos como “normais” e, por terem mais visibilidade, representam a si mesmos, mas também os outros.

Para além do sentido material e comercial da moda, Lima e Silva (2013) reiteram sobre sua função normativa ou descritiva que deve deixar de ser ignorada, ou ainda subestimada, pois mesmo como fruto do sistema capitalista, é por meio dela que padrões são sintonizados, tanto para o normativo quanto para o expressivo, incluindo-se os padrões de gênero. Almeida (2024) disserta que os estudos de gênero se posicionaram em um discurso social ao levantar questionamentos aos traços biológicos, até então compreendidos como naturais e imutáveis, e passaram a elaborar o gênero como um conceito crítico. A autora relata que ao encararmos a articulação do gênero sob a perspectiva política, e não baseada na natureza fundamentada na ideia essencialista, contribuimos para a compreensão e questionamento das relações dissonantes de poder presentes na sociedade, demarcadas pelo gênero.

3 Narrativas de Gênero Atreladas ao Design de Moda

Butler (1990) interpreta o gênero como algo temporário e performativo, abrindo espaço para as diversas possibilidades de interferência nos padrões de gênero por meio da linguagem, logo, ao entendermos que a constituição da aparência, através de seus elementos visuais e corporais, funciona como linguagem, percebemos que a moda age como elemento constitutivo da comunicação.

Os autores Lima e Silva (2013) pontuam sobre o entendimento do caráter arbitrário da relação entre os atos, enfatizando na possibilidade de alterar ou impedir as repetições associadas à construção do gênero, e até mesmo uma brecha para parodiá-las de modo a expor sua fragilidade. Entretanto, apesar da moda fornecer subsídio para o exercício do livre arbítrio, é necessário refletir se as imagens e narrativas produzidas por designers fornecem direcionamentos para romper com padrões hegemônicos. Nesse sentido, Almeida (2024, pág.39) explana sobre “a fabricação de diversas dicotomias presentes no campo do design, construídas a partir de uma estrutura binária e oposta”, aspecto que também atravessa as práticas de representação de gênero.

Consoante com a autora supracitada, Reis (2020) relata como tais práticas de representação

de gênero, constantemente atreladas ao corpo, são habitualmente demarcadas na existência apenas do feminino e masculino, por vivermos num sistema majoritariamente binário, onde, segundo a autora, o feminino refere-se ao comportamento e aparência das mulheres, enquanto masculino refere-se ao comportamento e aparência dos homens, considerando corpos cisgêneros. Para Almeida (2024) as práticas de design baseadas em dicotomias surgem em aplicações variadas, como na identificação de produtos de acordo com usos generalizados, o que expõe a produção de artefatos projetados e atravessados pelas relações e marcadores sociais.

O desenvolvimento de um produto de design de moda, exige conhecimentos técnicos relativos às especificidades da área, como materiais e suas características, estudos do corpo humano e noções mercadológicas. Epaminondas e Junior (2023) elaboram sobre a forma como o processo de criação e a cadeia de confecção do vestuário também são guiados por ideias de gênero. Desde a etapa de pesquisa, análise de tendências comportamentais do consumidor, análise do mercado, criação de desenhos de moda, escolha de materiais, planejamento de coleções, desenvolvimento de modelagens utilizando tabelas de medida, escolha de técnicas de corte, costura e acabamentos, são várias as escolhas executivas e criativas, baseadas em previsões sobre o gênero da pessoa que utilizará o produto. Logo, os autores ponderam que essas escolhas são baseadas nas concepções de gênero das pessoas envolvidas em cada etapa de todo o processo dessa cadeia.

Para Epaminondas e Junior (2023) o produto final, apesar de ser um objeto inanimado e, portanto, não possuir gênero, é desenvolvido de acordo com concepções de gênero de quem o cria, levando adiante essas concepções. Da mesma forma, a publicidade e as estratégias de venda aplicadas ao produto de moda também são orientadas para um público consumidor categorizado por gêneros, reiteram os autores. Reis (2020) aborda como as pessoas que não estão dentro dos parâmetros da cisgeneridade, têm necessidades que não são cumpridas, no que diz respeito às suas experiências de compra. Quanto às necessidades, podemos elucidar sobre as necessidades socioemocionais, no sentido de pertencimento, a oferta de algo que agrada o gosto, uma vez que o senso estético é subjetivo e está diretamente relacionado às experiências de vida do consumidor. Uma outra necessidade, está atrelada a carência de produtos adequados às suas necessidades e formatos de corpos, que os impossibilita os indivíduos de consumirem itens que expressem a sua individualidade e lhes proporcionem benefícios, como conforto por exemplo.

A moda pode ser interpretada como uma tecnologia de gênero, conforme Lauretis (1994), por agir como uma ferramenta que reitera ou questiona as ideologias de gênero presentes na sociedade. A autora compreende os gêneros como resultados de representações as quais contêm significados atribuídos culturalmente. Desse modo, as representações de masculino ou feminino implicam atributos sociais ligados a um sistema de simbolismos próprio, que só possuem sentido quando contextualizados.

Importante observar, que na argumentação de Lauretis, a autora propõe que observemos não somente o que está dentro da representação que constrói espaços engendrados, mas efetivamente que observemos o que está fora deste enquadramento, a partir da metáfora de space-off, que são, nas palavras da autora (op.cit, p.237),

Espaços à margem dos discursos hegemônicos, espaços sociais esculpidos nos interstícios das instituições e nas fissuras e lacunas dos aparatos de poder e conhecimento, e é aí que os termos de uma construção diferente de gênero podem ser localizados - termos que têm efeito e que se afirmem ao nível da subjetividade e da auto-representação: nas práticas micropolíticas da vida quotidiana e da resistência quotidiana que fornecem agência e fontes de poder ou investimento de poder e nas produções culturais de mulheres,

feministas, que inscrevem o movimento em e fora. ideologia, cruzando e recruzando os limites da(s) diferença(s) sexual(is).

A designer de moda brasileira, Ana Julia Melo Almeida, conduziu sua pesquisa de doutorado neste sentido, pensando o gênero como abordagem metodológica para se pensar as lacunas, os apagamentos e silêncios nas histórias de no campo do design. Assim, o gênero não é apenas o tema, mas uma abordagem epistemológica no campo do design. Almeida pondera que:

Nosso intuito, ao fazer esse percurso, é apresentar o gênero como um modo de leitura para a compreensão das relações assimétricas de poder que atravessam tanto as práticas de design quanto a sua historiografia. Nesse caso específico, elaboramos o percurso para debater as presenças, ausências e lacunas em torno da documentação do trabalho de mulheres no campo do design, colocando em evidência os mecanismos de inclusão e exclusão que participam do acesso às práticas de design e da maneira como essas produções são documentadas ou não pela história do design. (Almeida, 2024, p. 35).

Uma outra perspectiva que não pode ser deixada de lado é o caráter ontológico do design, em um recorte que traz uma perspectiva decolonial ao tema de gênero, que é a proposição de que o design constrói mundos e que por sua vez, tais mundos constroem as pessoas, pensamento pautado pelo antropólogo Arturo Escobar (2016). Em sua discussão, o autor mapeia e discute as mazelas do patriarcado como sistema de mundo insustentável, e dialoga com feministas que apresentam alternativas para se pensar a uma virada a um novo paradigma, o matrístico, no qual mundos podem ser construídos a partir de uma reconexão com a natureza e o entendimento que a cultura material construída hoje pelo design carrega consigo os valores do patriarcado.

Neste sentido, dialogar com a perspectiva decolonial é bastante interessante pois traz a dimensão do poder e do saber, que perpassam os sistemas de conhecimento. Impossível deixarmos de lado as dimensões de opressão e poder, sem falar nas insustentabilidades das sociedades latino-americanas, especialmente na brasileira, lugar de onde falamos.

A modernidade trouxe consigo o dualismo, a oposição dicotômica entre o masculino e o feminino, e se pensar as questões de diversidade, como aludimos na introdução deste artigo, torna-se impossível dentro deste sistema dual de apagamentos. O pensamento decolonial nos guia por um caminho crítico do design, que busca a superação das colonialidades dos saberes e dos seres (Mignolo, 2017), entendendo, a partir de Maria Lugones (2014), que a interseccionalidade deve estar presente em nossas análises, considerando-se gênero, raça, classe e sexualidade.

4 Metodologia

A caracterização da pesquisa enquadra-se como básica, quanto a sua natureza. Foi conduzida através de uma revisão bibliográfica sistemática, para buscar compreensão acerca do tema trabalhado (Santos, 2018, p. 44). Por possuir o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o tema proposto e intentar o aprimoramento de ideias, a pesquisa caracteriza-se como exploratória. Desta forma, em busca dos dados da realidade, o modelo conceitual e operativo da pesquisa e, portanto, seus procedimentos técnicos, será a pesquisa bibliográfica, desenvolvida com base em material já elaborado sobre o tema (Gil, 2002, p. 44).

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa, uma vez que se debruça em dados do nível subjetivo e relacional da realidade social, tratados por meio dos significados, dos motivos, das crenças, dos valores e das atitudes dos atores sociais, de acordo com Minayo (2013).

Através da pesquisa bibliográfica foram elencados cinco autores com artigos publicados no período entre 2020 e 2024, com trabalhos de pesquisa que abordam sobre estudos de gênero de forma interdisciplinar ao design de moda. Em seguida, foi desenvolvida uma análise para relacionar as opiniões diversas e entender como as pesquisas se entrelaçam, a fim de compreender o cenário atual dos estudos desenvolvidos.

5 Resultados e Discussões

Foi realizada uma pesquisa ampla concentrada no eixo temático: gênero + design de moda, na plataforma Google Acadêmico, delimitadas entre os anos de 2020 e 2024. Surgiram aproximadamente 15 mil resultados, entre citações, livros, teses, dissertações, monografias, artigos e publicações em revistas, dentre diversas áreas do conhecimento, como design, psicologia, moda, sociologia, cultura, educação e artes demonstrando a interdisciplinaridade dos assuntos abordados.

No sentido de especificar o escopo e sintetizar a análise da pesquisa, realizou-se uma segunda etapa, na qual se utilizou os strings (a)gênero ou não binário, moda e design ou design de moda, chegando a um universo reduzido de 562 resultados. Os resultados obtidos, no mês de maio de 2024, foram dispostos conforme as métricas de relevância da plataforma de pesquisa utilizada, que identifica e analisa as publicações mais citadas nos últimos cinco anos, “ponderando o texto completo de cada documento, onde foi publicado, por quem foi escrito, bem como com que frequência e há quanto tempo foi citado em outra literatura acadêmica” (Scholar Google, 2024). Assim, foram selecionados textos de maior relevância. O critério de inclusão dos trabalhos foi o de serem artigos, devido à sua estrutura textual compactada, visto que, mesmo em diversas formatações e níveis de produção científica, configuram-se por serem sínteses de pesquisas. Para critério de exclusão eliminou-se teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso.

Ter em sua autoria pelo ou menos uma pessoa do gênero feminino e estar contextualizado social e geograficamente na América Latina também foram critérios de inclusão estabelecidos. Após a instituição dos critérios e eliminação de pesquisas repetidas, chegou-se a 13 artigos, lidos em título, resumo e introdução. Dentre estes, os que apresentavam os debates mais relacionados à proposta da pesquisa foram explorados de forma mais minuciosa, delimitando a seleção de cinco artigos que foram aqui analisados. Os trabalhos selecionados são artigos publicados dentro do período de tempo delimitado, compondo o quadro abaixo:

Quadro 1 – Seleção de publicações pertinentes à esta pesquisa

Título	Autor(es)	Ano	Disponível em:
Notas para queerizar os estudos sobre modas não binárias.	Natalia Rosa Epaminondas Paulo de Oliveira Rodrigues Junior	2024	https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/download/23546/15544
Considerações sobre gênero na moda a partir da exposição Roupa “Sem Gênero”?	Tatiane Melissa Scoz Emanuela Scoz	2022	https://www.revistaaskesis.ufscar.br/index.php/askesis/article/view/717
Diseñar sin género: las paradojas de la moda neutra.	Laura Zambrini	2024	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9567050
Moda e identidade de gênero:	Raquel Carvalho Santos Monte	2022	https://comum.rcaap.pt/handle/1

revisão integrativa da produção Brasileira.	Luciana Maia Viana		0400.26/42121
Indústria da moda, roupa e violência de gênero: um debate sobre a opressão social e a violência contra a mulher.	Pâmela Girardi Flores de Souza Rodrigo Da Costa Lima	2020	https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/1696

Fonte: as autoras (2024)

O artigo 01, com base em uma revisão bibliográfica sobre o tema, examinou as narrativas de duas designers brasileiras¹ que se autodenominam parte da comunidade LGBTQIAPN+, para explorar as maneiras como as imagens e narrativas produzidas por designers dissidentes de gênero podem nos fornecer direcionamentos para romper com a cisheteronormatividade.

Os autores concluem que ao investigarem ferramentas *queer* para analisar modas não binárias, é possível observar que o vestir dissidente está ligado à experiência pessoal de cada criadore, uma vez que a trajetória reflete na forma e nos próprios questionamentos de como a moda produzida atenderia às especificações desse grupo. Porém ressaltam que se enquadrar como LGBTQIAPN+ não é garantia para produzir roupas para acolher a comunidade, uma vez que tal posicionamento também advém de uma localização política e ética de sujeitos.

Para analisar esta produção, acionamos o conceito de imaginário colonial capitalístico, de Suely Rolnik (2018) para nomear este sistema que coopta a vida a partir da criatividade, o que é pertinente a este caso, já que envolve os processos de criação no âmbito da moda e do design. Os mecanismos de cooptação nos envolvem em suas narrativas totalizantes que parecem inclusivas, mas que, de fato, estão apaziguando e apagando diferenças.

O produto de moda é fruto de sua produção e consumo, mas também da circulação. Abrir o processo criativo implica a incorporação de subjetividades que passam a fazer parte da produção e conceituação inicial, mas a significação continua nas instâncias de circulação e consumo. O que faz, portanto, algo ser um vestir dissidente, não está apenas na concepção do produto em si, mas no uso que se faz dele. Assim, é importante termos atenção ao processo de circulação e na recepção, e aqui ressaltamos a importância dos processos participativos de pesquisas em design que consideram as subjetividades nas análises das percepções sobre os produtos.

O artigo 02 trouxe algumas considerações sobre o gênero na moda, refletindo sobre a moda denominada como sem gênero a partir da exposição Roupas “Sem Gênero”?, onde a artista utilizou peças do vestuário dispostas em cabides, no chão ou nas paredes para performar estereótipos de gênero. Dessa forma, as autoras elucidam como através de itens do vestuário, podem ser compreendidas informações de gênero mesmo na ausência de uma corporalidade na composição imagética.

As autoras esclarecem que a suposição de algo “sem gênero” implicaria na ausência de gênero, e, portanto, na ausência da atribuição de significado ou valor. Contudo, a ação de não atribuir valor ou significado ao mundo, ainda que no contexto de gênero, implicaria na inexistência de uma comunicação semiótica e uma mudança profunda na constituição da sociedade. Por fim, as autoras concluem que a moda é elaborada pela cultura, mas também reflete e reproduz elementos

¹ Os autores utilizam da linguagem neutra, respeitando os gêneros e pronomes reivindicados pelos sujeitos do estudo e explicitam que, apesar de ainda não existirem normas oficiais para tal, foi seguido o Guia para Linguagem Neutra de Ophelia Cassiano (2022 *apud* EPAMINONDAS e JUNIOR, 2023, p. 03).

culturais.

A designer e pesquisadora brasileira, Luiza Prado de O. Martins, discute práticas de design crítico e especulativo no entrecruzamento de questões de gênero. A autora ressalta o papel dos protótipos no âmbito do design crítico e especulativo, não como produtos que se assemelham a algo pronto, como na matriz projetual moderna-positivista, prontas, mas comportam-se como elementos inseridos na sociedade com a função de provocar reflexões e conversação social. Tal condição, a de um “provótipo” (Dunne e Raby, 2013) – protótipo que possui a função de provocar – nos parece propícia para discutir o como as roupas sem gênero são operacionalizadas no artigo 02, acima apresentado.

A discussão sobre moda sem gênero traz um debate importante, um paradoxo, na visão de Prado O. Martins, já que por meio de seu acionamento como elemento de design crítico, ao ser massivamente repetido, torna-se acrítico. E as relações de produção dessas identidades sem gênero devem ser priorizadas em detrimento das identidades em si, já que estas, seguindo Butler (1990), são frutos de relações de poder. Nesta instância estática, como objetos expositivos, perdemos a noção destas relações vivenciadas, construídas nos embates do cotidiano e, assim, ao longo do tempo, perdem a sua força de “provótipo”. Para os questionamentos e reflexões de gênero, ao nosso ver, os artefatos não podem ser deslocados da corporeidade e, portanto, nos parece frágil a argumentação sobre a compreensão de informações de gênero na ausência de corporalidade aludida no artigo em epígrafe.

No artigo 03 a autora propõe que a tendência de pensar no agênero tem como principal objetivo a construção de um sistema de moda sem gênero, baseado na ideia de neutralidade, o que pode ser interpretado como parte de uma atual crise do sistema binário de gênero. Entretanto, a autora adverte para o inevitável questionamento sobre quais formas são consideradas neutras no design de roupas.

Para a autora, parte da função sociológica do vestuário consiste em atualizar as políticas do corpo e do gênero, além disso, a própria noção de neutralidade também é construída socialmente e, portanto, também deve ser questionada. Por fim, a autora reforça a necessidade de saber quais são as referências culturais e visuais que delinham o feminino e o masculino.

Entendemos, assim como a autora do artigo 03, que a discussão da moda sem gênero pode reforçar paradigmas dentro do campo do design que direcionam a uma construção de neutralidade. Acompanhamos os debates das pesquisadoras argentinas, Laura Zambrini e Griselda Flesler (2017), que a retórica da neutralidade faz invisível na supremacia masculina, estratégia utilizada em todo paradigma moderno do campo. Nas palavras das autoras, “recriou-se um parâmetro ideológico que pode ser caracterizado como a construção de um falso neutro que vigora até hoje. Ou seja, uma concepção de neutralidade expressa através de morfologias geralmente associadas ao universo masculino [...]”, o que funciona como um apagamento das diferenças e reivindicações.

No artigo 04 utilizou da revisão integrativa para analisar as relações da moda com as identidades de gênero na literatura científica brasileira, realizando uma busca de artigos publicados entre os anos de 2010 e 2021. Os resultados da pesquisa indicaram predominância nos estudos que abordam sobre a moda e a binaridade de gênero, rupturas nas normas de vestir e as mídias de moda, porém identificou poucas publicações que abordem a relação da moda na representação com fortalecimento das identidades LGBTQIA². Em conclusão as autoras afirmam

² As autoras utilizam da sigla LGBTQIA+ como uma forma abreviada da sigla LGBTQIAPN+, adotada neste trabalho, e,

que não existe uma preocupação real por parte da indústria de moda em representar as diversas identidades e orientações presentes na comunidade LGBTQIA+. Em síntese, para as autoras a moda apenas se apropria das lutas e demandas dessas identidades e transforma em comercialização de artigos.

A conclusão das autoras reflete uma questão do design contemporâneo, que é a crítica aos modos desfuturizantes e insustentáveis da produção industrial. Aqui, seguimos as reflexões de Escobar (2016), que expõe as mazelas da produção capitalista e propõe um design ontológico, que produza subjetividades ao invés de massificação, em suma. Neste sentido, Noronha (2024) propõe o olhar micropolítico e localizado para mitigar tais impactos e consequências advertidos por Escobar, o que é um posicionamento contrário ao paradigma moderno. A autora propõe a situacionalidade radical como meio para a produção e pesquisa em design, que considere a não reprodutibilidade de abordagens metodológicas, e nem mesmo um design deslocado do seu âmbito da ação. Para a autora, todo o design precisa ser localizado e participativo.

No artigo 05 é proposto o debate a respeito da indumentária e da moda serem e agirem como ferramentas de expressão, linguagem e comunicação humana. Logo, ao identificarmos e analisarmos os elementos históricos e socioculturais que compõem a representação social da mulher, é possível reconhecer a opressão, a discriminação e o subterfúgio da violência contra a mulher por meio do seu vestuário.

Os autores assinalam como a indumentária e a moda foram e são instrumentos de representatividade, classificação e controle social, principalmente para as mulheres. A representação social da mulher concebida através das diretrizes da sociedade patriarcal e machista, culturalmente enraizadas e presentes até a atualidade, expõe a necessidade da ruptura dos padrões impostos sobre os corpos femininos. Conclui-se que as roupas são capazes de expor e conduzir ideologias, podendo ser usadas também como ferramentas nas lutas e conquistas dos direitos e reconhecimentos da mulher.

Por esse ângulo, Dias (2015) argumenta como as mulheres tendem a se desprender com mais frequência das prescrições de gênero relacionadas à indumentária. Para a autora, esse fato deve-se a às conquistas feministas que proporcionaram uma ampliação das possibilidades para as mulheres, enquanto os homens, em sua maioria, permaneceram estagnados em suas velhas concepções. Ao analisarmos a história da moda, é perceptível como em diversos momentos a remodelação da roupa significava não apenas uma mudança estética para as mulheres, mas também uma revolução quando observado o contexto histórico e social de uma determinada época, como por exemplo a inserção das calças no guarda-roupas feminino, a queda dos espartilhos, o encurtamento das saias e a simplificação da vultosa silhueta feminina.

Uma outra perspectiva para maior desprendimento das mulheres em relação ao gênero dos produtos de moda, advém da forma como o sistema de hierarquia de gênero faz com que a noção de feminilidade seja vista como inferior. Nesse sentido, Dias (2015) justifica que utilizar algo visto como feminino pode ser considerado degradante para a imagem de um homem, enquanto o oposto pode ser revolucionário e libertador para uma mulher, refletindo por uma perspectiva de design, é notório a frequência com que as roupas masculinas são pensadas a partir do conforto e

atualmente mais utilizada pela comunidade de pessoas dissidentes em gênero e sexo, para fazer referência a lésbicas, gays, bissexuais, trans, travestis, *queer*, intersexo, assexuais, pansexuais, não binários e outras identidades. Não há uma norma ou sigla oficial considerada mais apropriada para a comunidade, porém a versão estendida indica maior abrangência, de todo modo o autor Quinalha (2022) aborda como o sinal de “+” inserido já indica um caráter aberto, assim como uma construção constante, uma vez que a sigla sofreu e sofre adaptações ao longo do tempo.

funcionalidade, enquanto as femininas em sua maioria são pensada a partir da estética. Em diálogo com Beauvoir (2014), notamos como a condição de “distinção” enquanto mulher, explicita os fatores sociais, políticos e históricos que contribuem para a construção de tal feminilidade, instituindo uma cadeia de relações de poder.

Com os resultados obtidos com as análises das pesquisas, é possível perceber que existem inúmeras possibilidades de abertura para discussões sobre questões de gênero no campo do design de moda, porém uma observação praticamente unânime entre os trabalhos explorados é a dualidade entre as forças de subversão e manutenção de sistemas de opressão através da moda. Para além disso, é necessário demarcar e aprofundar as discussões dentro dos vários aspectos em torno dos estudos de gênero que podem ser trabalhados, para evitar esvaziamentos discursivos.

6 Conclusão

A análise dos atravessamentos entre moda e gênero revela um cenário complexo onde a moda exerce um papel fundamental como tecnologia do gênero, transgredindo mas também alicerçando as normas sociais. Através de uma revisão bibliográfica sistemática, foi possível explorar como a moda atua como uma ferramenta tanto de conformidade quanto de resistência aos padrões hegemônicos de gênero. A pesquisa evidencia a necessidade de desafiar e subverter conceitos binários ultrapassados, promovendo maior diversidade e inclusão nos produtos de moda.

Os estudos revisados destacam a capacidade da moda de gerar imagens e narrativas que contestam a cisheteronormatividade, oferecendo novas possibilidades de expressão e identidade para grupos marginalizados. No entanto, é crucial reconhecer que a moda também pode ser ambígua, reproduzindo ideologias de gênero que perpetuam opressões e desigualdades sociais. Portanto, avançar na compreensão crítica das práticas de design de moda, de modo a incorporar perspectivas queer e não binárias, é essencial para construir um futuro mais inclusivo e representativo no campo da moda.

Existe a necessidade de trazer visibilidade para designers de moda de gêneros dissidentes ou historicamente suprimidos, como mulheres e integrantes da comunidade LGBTQIAPN+, além de envolver o público consumidor nas etapas de concepção e planejamento através de processos participativos para a criação do design de moda, no desenvolvimento do produto.

Por fim, a pesquisa sublinha a importância de continuar explorando e ampliando os estudos de gênero no design de moda, buscando não apenas desafiar normas estabelecidas, mas também transformar a moda em um espaço mais plural, representativo e democrático.

7 Referências

- ALMEIDA, Ana Julia Melo. **Gênero como modo de leitura para a história do design**. In: Design gênero: experiências coletivas de ensino, p. 34-61. São Luís - EDUFMA, 2024.
- ARCOVERDE, Maíra. **Moda: tecendo outras possibilidades na construção das identidades de gênero**. In: Revista Periódicus - 2ª edição, novembro 2014 - abril 2015.
- BARTHES, Roland. (1967). **Sistema da Moda**. Lisboa: Edições 70.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Nova Fronteira, 2014.

- BUTLER, Judith. **Gender trouble**. Nova York: Ed. Routledge, 1990.
- DIAS, Julia. **Publicidade de menino e publicidade de menina**: A representação de gênero na publicidade infantil. São Paulo, Universidade Federal Fluminense. 2015.
- DUNNE, Anthony; RABY, Fiona. (2013). **Speculative Everything**: Design, Fiction, and Social Dreaming. MIT Press, Cambridge, Massachusetts & London, England: 2013.
- EPAMINONDAS, Natalia Rosa; JUNIOR, Paulo de Oliveira Rodrigues. **Notas para queerizar os estudos sobre modas não binárias**. Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, v. 7, n. 2, p. 1-20, 2023.
- ESCOBAR, Arturo. **Autonomía y diseño**: la realización de lo comunal. Popayán: Universidad del Cauca; Sello Editorial, 2016.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- LAURETIS, Teresa. **A tecnologia do gênero**. In: BUARQUE DE HOLLANDA, H. (Org.). Tendências e Impasses: O Feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 206-242.
- LIMA, Caroline Barreto de; SILVA, Leandro Soares da. **Narrativas da Aparência: a materialização do gênero no design de moda**. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 10: Desafios Atuais dos Feminismos, 2013, Santa Catarina - Florianópolis. Seminário Internacional Fazendo Gênero 10: Desafios Atuais dos Feminismos, 2013.
- LUGONES, Maria. **Colonialidade y género**. In: Tejiendo de otro modo: Feminismo, epistemología y apuestas descoloniales en Abya Yala / Editoras: Yuderkys Espinosa Miñoso, Diana Gómez Correal, Karina Ochoa Muñoz – Popayán: Editorial Universidad del Cauca, 2014.
- MARTINS, Luiza Prado de O. **Privilege and Oppression: Towards a Feminist Speculative Design**, in Lim, Y., Niedderer, K., Redström, J., Stolterman, E. and Valtonen, A. (eds.). Design's Big Debates – DRS International Conference 2014, 16-19 June, Umeå, Sweden.
- MIGNOLO, Walter D. **Colonialidade**: O lado mais obscuro da modernidade. RBCS. Vol.32, n.94, junho de 2017.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde** (13ª Ed). São Paulo, SP: Editora Hucitec, 2013.
- MONTE, Raquel Carvalho Santos; VIANA, Luciana Maia. **Moda e Identidade de Gênero: Revisão Integrativa da Produção Brasileira**. Revista de Psicologia, Educação e Cultura, v. 26, n. 2, p. 143-155, 2022.
- NORONHA, Raquel. **Narrativas em design e gênero**: crítica e especulação para futuros possíveis. In: Design gênero: experiências coletivas de ensino, p. 94-129. São Luís - EDUFMA, 2024.
- QUINALHA, Renan. **Movimento LGBTI+**: uma breve história do século XIX aos nossos dias. Belo Horizonte. Autêntica, 2022.
- REIS, Benilde Mendes dos. **Questões de Gênero no Vestuário Sem Gênero**: Tendência versus Paradigma. 2020.
- ROLNIK, Suely. **Esferas da insurreição: Notas para uma vida não cafetinada**. São Paulo: n-1 edições, 2018.
- SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de Moda**: sociedade, consumo e imagem. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2007.

SANTOS, Aguinaldo dos. **Seleção do Método de Pesquisa:** Guia para Pós Graduandos em Design e Áreas Afins. Insight Editora. 2018.

SCHOLAR GOOGLE. **How are documents ranked?**. In: Scholar Google, 2024. (<https://scholar.google.com.br/intl/pt-BR/scholar/about.html>). Acesso em: 03 de agosto de 2024.

SCOZ, Tatiane Melissa; SCOZ, Emanuella. **Considerações sobre Gênero na Moda a partir da exposição Roupas “Sem Gênero”?**. In: Áskesis-Revista dos discentes do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, v. 11, n. 2, p. 214-234, 2022.

SOUZA, Lúcia Kratz. **As Vivências dos Designers de Moda em relação ao seu trabalho:** uma abordagem psicodinâmica. Goiânia, 2010.

SOUZA, Pâmela Girardi Flores de. **Indústria da moda, roupa e violência de gênero:** um debate sobre a opressão social e a violência contra a mulher. Repositório do Instituto Federal de Santa Catarina. Araranguá. 2020.

ZAMBRINI, Laura. **Diseñar sin género:** las paradojas de la moda neutra. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, n. 217, p. 321-333, 2024.

ZAMBRINI, Laura; FLESLER, Griselda. **Perspectiva de Género y Diseño: Deconstruir la neutralidad de la tipografía y la indumentaria.** Rev. Incl. Vol. 4. Num. Especial, Julio-Septiembre, 2017, pp. 11-22.