

MODA INCLUSIVA: UM ESTUDO FOCADO NAS EMPRESAS DE VESTUÁRIO DA REGIÃO DO EXTREMO SUL DE SANTA CATARINA

Maricléia da Silva Ferraz Nichele^{1*}

Suelen Rizzi^{2*}

Camila Barth Paiva^{3*}

Resumo

O presente estudo versou sobre a moda inclusiva, trazendo um recorte na visão das empresas de moda do extremo sul catarinense acerca da temática. O objetivo geral foi investigar os motivos pelos quais as empresas de vestuário do extremo sul catarinense não desenvolvem moda inclusiva para pessoas com deficiência. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre as temáticas norteadoras. Em seguida, foi aplicado um questionário on-line e elaborada a compilação e análise dos dados coletados, sobre as 12 empresas respondentes. Os resultados foram satisfatórios e com eles compreendeu-se que o tema inclusão não é amplamente conhecido pelas empresas de moda da região e que, pela falta de conhecimento e receio do desconhecido, as empresas acabam não desenvolvendo coleções voltadas à moda inclusiva, e mesmo dentro deste contexto, um pequeno percentual se mostrou aberto ao desenvolvimento da moda inclusiva em produzir coleções futuras.

Palavras-Chave: Deficiência. Inclusão. Moda.

INCLUSIVE FASHION: A STUDY FOCUSED ON CLOTHING COMPANIES IN THE EXTREME SOUTHERN REGION OF SANTA CATARINA

Abstract:The present study dealt with inclusive fashion, bringing a view of fashion companies in the extreme south of Santa Catarina on the subject. The general objective was to investigate the reasons why clothing companies in the extreme south of Santa Catarina do not develop inclusive fashion for people with disabilities. For that, a bibliographic research was carried out on the guiding themes. Then, an online questionnaire was applied and the compilation and analysis of the collected data was elaborated on the 12 responding companies. The results were satisfactory and with them it was understood that the issue of inclusion is not widely known by fashion companies in the region and that, due to lack of knowledge and fear of the

^{1*} Acadêmica do curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina - Araranguá. mariferraznichele@gmail.com.

² * Ma. em Design. Docente do Instituto Federal de Santa Catarina - Araranguá. suelen.rizzi@ifsc.edu.br.

³ * Ma. em Design. Docente do Instituto Federal de Santa Catarina - Araranguá. camila.barth@ifsc.edu.br.

unknown, companies end up not developing collections aimed at inclusive fashion, and even within in this context, a small percentage was open to the development of inclusive fashion in producing future collections.

Keywords: Disability. Inclusion. Fashion.

1 INTRODUÇÃO

Ao falar-se de Moda, observa-se que, provavelmente, as primeiras coisas que vem em mente são o glamour, os estilistas, os looks e tendências do momento. Entende-se que dificilmente se considera a moda inclusiva, voltada às pessoas com alguma necessidade específica, como, por exemplo, com alguma deficiência física, que precisam que as peças de roupas sejam adaptadas às suas necessidades.

As mídias sociais têm o poder de dar visibilidade às marcas, trazendo maior alcance e oportunidade de chegar perto do seu público-alvo. (IPOG, 2016). Entretanto, pouco se vê algo sobre moda inclusiva, sendo divulgada nas redes sociais. Almeida e Janone (2021, n.p.) ressaltam que,

Um levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta que 8,4% da população brasileira acima de 2 anos – o que representa 17,3 milhões de pessoas – tem algum tipo de deficiência. Quase metade dessa parcela (49,4%) é de idosos." Os autores ainda destacam que "A pesquisa detalha que 7,8 milhões, ou 3,8% da população acima de dois anos, apresentam deficiência física nos membros inferiores, enquanto 2,7% das pessoas têm nos membros superiores. Já 3,4% dos brasileiros possuem deficiência visual; e 1,1%, deficiência auditiva. Já 1,2% – ou 2,5 milhões de brasileiros – tem deficiência intelectual.

Os autores ainda salientam que “entre a população com algum tipo de deficiência, 10,5 milhões são mulheres (9,9%), frente a 6,7 milhões de homens 6,9%” (ALMEIDA; JANONE, 2021, n.p.).

Ao trazer a questão da deficiência para a moda, Shimada (2021), explica que a moda inclusiva, diferente do que se pensa, pode ser feita de maneira simples. Não precisa ter uma modelagem incompreensível, só precisa ser de fácil manejo, ou seja, fáceis na hora de vestir, quanto mais fácil para manusear, mais confortável a pessoa vai se sentir. A autora ressalta que, embora seja muito relevante e super necessário, é uma grande infelicidade saber que este assunto sobre a moda inclusiva é ainda pouco falado ou discutido, sendo ainda muito raro encontrar marcas nacionais e

internacionais que façam ou que produzam essas roupas adaptadas para PcD⁴, pois cada pessoa tem um corpo, então a moda tem que respeitar a individualidade de cada um, bem como, sua personalidade (SHIMADA, 2021).

A presente pesquisa justifica-se devido às afirmações trazidas nos parágrafos anteriores, tendo em vista que quer entender a temática. Com base nas informações surgiu o problema de pesquisa: As empresas de vestuário do extremo sul catarinense desenvolvem moda inclusiva? A hipótese levantada é que a moda inclusiva não possui um mercado tão amplo, devido à dificuldade de desenvolver os produtos de vestuário adaptados e voltados às pessoas com deficiência.

Portanto, para verificar a hipótese levantada, foi traçado o objetivo geral, sendo: Investigar a atuação das empresas da região do Extremo Sul de Santa Catarina em relação à moda inclusiva.

A fim de alcançar este objetivo delinear-se os objetivos específicos: a) Estudar sobre a moda inclusiva; b) Pesquisar se as empresas da região aplicam a moda inclusiva; b) Analisar os dados coletados junto às empresas. A presente pesquisa tem o intuito de contribuir com a temática de moda inclusiva, buscando compreender as dificuldades das empresas de vestuário através de dados, fomentando assim, soluções para esta área carente de pesquisa.

1.1 Deficiência

As pessoas com deficiência são aquelas que vivenciam constantemente obstáculos, sendo eles oriundos de questões relacionadas a limitações que podem ser de ordem mental ou física, impedindo sua ativa participação no meio social. (BRASIL, 2015).

Segundo Ferraz (2012), as expressões e concepções relacionadas às pessoas com deficiência se alteraram muito com o passar dos anos. Jessé (2020) explica que em 1988 utilizou-se o termo “pessoa portadora de deficiência”, já nos anos de 1990 surgiu o termo “pessoas com necessidades especiais”, e na Declaração de Salamanca em 1994 surgiu o termo “pessoa com deficiência”, que é

⁴ A sigla PcD significa pessoa (ou pessoas) com deficiência. Identifica as pessoas que tenham algum tipo de deficiência, que pode ser de nascimento ou adquirida durante a vida. A sigla começou a ser usada pelas Organizações das Nações Unidas (ONU) publicou a Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência das Nações Unidas.

utilizado até hoje. O autor complementa que muitos foram os motivos que levaram às alterações das terminologias, mas principalmente, notou-se que os termos anteriores denotavam pessoas que não tinham condições de ter uma vida socialmente ativa, o que tem se mostrado bem diferente nos últimos anos.

Ainda nesse sentido, conforme a publicação da revista de saúde pública, de acordo com a pesquisa do Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo (São Paulo, SP, Brasil FEVEREIRO 2000);

Deficiência: Perda ou anormalidade de estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica, temporária ou permanente. Incluem-se nessas a ocorrência de uma anomalia, defeito ou perda de um membro, órgão, tecido ou qualquer outra estrutura do corpo, inclusive das funções mentais. Representa a exteriorização de um estado patológico, refletindo um distúrbio orgânico, uma perturbação no órgão.

Ferraz (2012), entende que a deficiência está nos obstáculos impostos pela sociedade às pessoas com deficiência, que não têm seus direitos respeitados. Connor e Valle (2014), corroboram dizendo que a pessoa com deficiência está em todos os lugares, mas mesmo assim parece não estar em lugar algum, ela é invisível, a deficiência é a invisibilidade contemplada.

Segundo Connor e Valle (2014), no livro Resignificando a Deficiência, primeiramente contemplamos as percepções comuns das deficiências e as comparamos com as experiências vividas pelas pessoas com deficiência em nossa sociedade, desafiando assim, os pressupostos culturais e as percepções errôneas que frequentemente estereotipam as pessoas com deficiência. Examinamos representações das deficiências encontradas nos artefatos comuns da cultura popular (p. ex.: livros, filmes, televisão, instituições de caridade, noticiários, superstições, língua) e contrastam tais entendimentos com as representações próprias da “cultura das deficiências” (Valle & Connor, 2014, p.39).

Discriminação por motivo de deficiência” significa qualquer diferenciação, exclusão ou restrição baseada em deficiência, com o propósito ou efeito de impedir ou impossibilitar o reconhecimento, o desfrute ou o exercício, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais nos âmbitos político, econômico, social, cultural, civil ou qualquer outro. Abrange todas as formas de discriminação, inclusive a recusa de adaptação razoável. (BRASIL, 2009).

Deve-se ter respeitabilidade como costume perante a deficiência, porque o respeito é o mínimo que uma pessoa com deficiência merece, pois são seres humanos como todos, e devem ser respeitados como tal (FERRAZ, 2012).

Portanto, diante do histórico e conceitos acerca da deficiência, foi possível compreender as dificuldades encontradas pelas pessoas com deficiência para que possam ter sua participação na sociedade garantida. Para dar continuidade ao tema, na próxima seção, será abordada a temática da inclusão.

1.2 Inclusão

Tendo em vista que a deficiência por si só não é um obstáculo, mas que a sociedade impõe dificuldades às pessoas com deficiência, é necessário pensar sobre a inclusão na sociedade em geral. Diniz (2012), salienta que no Brasil existe uma preocupação política em trabalhar a questão da inclusão. A autora destaca que, enquanto a diversidade tem a ver com representatividade e inclusão, está ligada a uma mudança cultural, porque em sua essência ela é um processo de destino (DINIZ, 2012).

Segundo a autora, no Brasil, a Constituição Federal (1988), a Lei de Diretrizes e Bases (LDB) nº 9.394/96, a Política Nacional de Educação Especial, as Diretrizes Nacionais para a Educação Especial (2001) e a Política Nacional de Educação Especial na perspectiva da inclusão (2008) salientam a importância de se respeitar o sujeito em sua totalidade, considerando suas diferenças e potencialidades, objetivando assegurar a ele o bem-estar físico e psíquico.

Diniz (2012, p.52), ainda salienta que:

Para nossa sociedade, a palavra “deficiente” tem um significado muito forte; ela se opõe à palavra “eficiente”. Ser deficiente é não ser “capaz”, não ser “eficaz”. Nos últimos anos, os movimentos de pessoas com deficiências vêm lutando para modificar essa representação.

De acordo com a afirmação acima, pode-se compreender que o preconceito em relação às pessoas com deficiência, muito se dá a conceitos pré-estabelecidos. Felizmente, existe uma luta para que todos possam exercer sua cidadania, mostrando que a deficiência não é um impedimento para a vida em sociedade.

Conforme o Art. 4º Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência, promulgada em 6 de julho de 2015, “Toda pessoa com deficiência tem direito à igualdade de oportunidades com as demais pessoas e não sofrerá nenhuma espécie de discriminação” (BRASIL, 2015, p.3). No Art. 8º salienta-se que,

É dever do Estado, da sociedade e da família assegurar à pessoa com deficiência, com prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à sexualidade, à paternidade e à maternidade, à alimentação, à habitação, à educação, à profissionalização, ao trabalho, à previdência

social, à habilitação e à reabilitação, ao transporte, à acessibilidade, à cultura, ao desporto, ao turismo, ao lazer, à informação, à comunicação, aos avanços científicos e tecnológicos, à dignidade, ao respeito, à liberdade, à convivência familiar e comunitária, entre outros decorrentes da Constituição Federal, da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo e das leis e de outras normas que garantam seu bem-estar pessoal, social e econômico. (BRASIL, 2015, p.3).

Em conformidade com a lei citada acima, as pessoas com deficiência devem ter igualdade de condições e oportunidades perante a sociedade, também devem ter seus direitos assegurados e garantidos pelo Estado. Entende-se que ainda existe um longo caminho a percorrer e as políticas públicas e ações inclusivas são fundamentais neste caminho. Bem como, pensar a acessibilidade que de acordo com a lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015 é:

[...] possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida. (BRASIL, 2015, p.1).

Levando em consideração o conceito de acessibilidade destacado na legislação brasileira, e trazendo ela para a temática geral desta pesquisa, compreende-se que é necessário desenvolver produtos e serviços que possam incluir todas as pessoas. Alguns profissionais já vêm trabalhando com a inclusão social de pessoas com deficiência trazendo em seus projetos conceitos como “design universal”, “*design for all*” e “design inclusivo” (GOMES, QUARESMA, 2018).

Para compreender estes termos, precisa-se entender que design é um termo que abrange um campo focado a desenvolver produtos a serviços que propicie uma conexão amistosa entre o meio e as pessoas, trazendo soluções e inovações para a sociedade em diversas áreas. (GOMES; QUARESMA, 2017). As autoras destacam que o design inclusivo foca no desenvolvimento de produtos, ambientes e serviços, levando em consideração que todas as pessoas são diferentes entre si, e que estas diferenças precisam ser respeitadas nos projetos (GOMES; QUARESMA, 2017).

Em consonância com as pesquisas realizadas, pode-se compreender que o desenvolvimento de produtos e serviços, deve ser pensado para todos os indivíduos da sociedade de forma igualitária. Dessa forma, iniciativas voltadas para a moda inclusiva, podem emergir destas questões e fomentar iniciativas voltadas ao design inclusivo. Para tal, na próxima seção, será abordada a moda inclusiva

1.3 Moda Inclusiva

Ao pesquisar sobre marcas que desenvolvem moda inclusiva no Google, e outras plataformas digitais, é latente o fato de não haver muita divulgação de marcas que trabalham com esta proposta.

Em uma matéria na revista UOL em agosto de 2022, foi observado que 5 marcas fizeram suas ações para o público PcD, entre elas Tommy Hilfiger ao criar a linha Tommy Daptive.

A marca Pantys, primeira marca de calcinhas absorventes da América Latina, lançou no dia 10 de agosto, a calcinha Easy. A marca britânica Khol Creatives ao criar toda uma linha de pincéis voltada para pessoas que possuem alguma dificuldade motora.

A Nike que em fevereiro de 2021 lançou o Nike GO Flyease. E a marca Gucci se torna a primeira e única marca de luxo a ser uma participante certificada no Índice Anual de Igualdade e Deficiência.

Oliveira (2022), destaca que muito se fala sobre a moda ser algo para se expressar, destacar seu modo de vida e personalidade.

Porém, o sistema peca quando muitas pessoas não conseguem utilizar a moda a seu favor, no seu dia-a-dia, da forma que julgarem mais adequada e confortável para seus corpos e necessidades, pois deixa de fora uma grande parcela da população quando apenas trabalha com corpos e necessidades “dentro do padrão” e não leva em conta as diferenças entre as pessoas.

As pessoas com deficiência consomem moda, vestem roupas independentemente de suas dificuldades em relação a elas, mas ainda poucas marcas investem nesse mercado, mesmo tendo potencial de crescimento (SEBRAE, 2022).

A moda inclusiva visa proporcionar que as pessoas com deficiência também tenham acesso a roupas que possam ser facilmente vestidas por elas, com maior independência e conforto, na verdade, a moda inclusiva deve abarcar todos os tipos de corpos, com ou sem deficiência, fazendo com que as pessoas se sintam realmente parte da moda (OLIVEIRA, 2022).

Gross (2022), explica que diferentemente do que muitos pensam, o vestuário para PcD (pessoas com deficiência), deve ser o mais simples possível, pois além de considerarem todas as questões voltadas ao desenvolvimento de produto como por

exemplo, as tendências, precisam ser extremamente funcionais na hora de colocá-las e utilizá-las. A autora ainda destaca que existem soluções simples como a colocação de alguns aviamentos, como velcro e zíperes estrategicamente colocados, além de modelagem mais confortáveis para trazer conforto a variados tipos de corpos (GROSS, 2022).

Corroborando com as afirmações Oliveira (2022), explica que colocar outros tipos de botões, mais fáceis de utilizar, como por exemplo, os magnéticos, também produzir peças em diversos comprimentos ou que permita alterar o comprimento, costuras reforçadas em locais de maior atrito, entre outras sugestões, são possibilidades para incluir o maior número de pessoas na moda.

Compreende-se que a moda inclusiva trata de atender a todos, criando produtos que sejam de fácil manuseio, confortáveis e adaptáveis, para que qualquer pessoa possa utilizá-los, indo ao encontro do conceito de design inclusivo.

2 METODOLOGIA

Visando alcançar os objetivos da pesquisa optou-se pela abordagem qualitativa que, de acordo com Flick (2008), colabora para uma boa elaboração do trabalho, pois deixa o pesquisador com mais liberdade de escolha de como explorar, pesquisar e abordar o tema, e assim poder fazer um bom desenvolvimento da pesquisa. Podendo encontrar respostas para dúvidas e soluções para o problema de pesquisa, levando em conta as subjetividades dos dados que são analisados no âmbito da temática estudada (FLICK, 2008).

Esta abordagem corrobora com o estudo, tendo em vista que, para encontrar respostas para o problema de pesquisa: "As empresas de vestuário do extremo sul catarinense desenvolvem moda inclusiva?", será necessário explorar a temática da deficiência, da inclusão e da moda inclusiva, bem como, coletar dados com as empresas da região, via formulário *on-line*.

Diante da proposta do estudo, entende-se que a pesquisa se caracteriza como aplicada, pois visou encontrar respostas para o problema. O que vai ao encontro da afirmação de Dresch, Lacerda e Júnior (2015, p.15), "a pesquisa de ordem prática é também chamada de pesquisa aplicada, e seu principal interesse é que os resultados auxiliem os profissionais na solução de problemas do dia a dia".

Compreende-se também um caráter exploratório, pois este caráter permite, segundo Sampieri, Collado e Lucio (2013), estudar temas pouco conhecidos, buscando novos conceitos e instigando novos estudos.

O questionário contou com perguntas que dão opções ao respondente. Os procedimentos metodológicos foram: pesquisa bibliográfica por meio de livros, artigos científicos e matérias de sites e, também, foi aplicado um questionário *on-line* para as indústrias de moda da região, a fim de conhecer a visão das empresas a respeito do tema e quais os motivos pelos quais elas desenvolvem ou não, peças de vestuário para pessoas com deficiência. Dessa forma, fica mais fácil e mais rápido responder ao questionário e, tendo em vista o dia-a-dia das empresas, compreende-se ser a melhor opção.

3 RESULTADOS

O questionário foi enviado via *Google Forms* para 22 empresas da região do extremo sul catarinense, ao todo obteve-se 12 empresas que responderam ao questionário. Sendo sete empresas de Sombrio, três empresas de Araranguá, uma empresa de Turvo e uma de Criciúma.

As empresas entrevistadas trabalham com o segmento de moda feminina em 100% delas, mas 3,25 % das mesmas, trabalham com masculino. O nicho de mercado segue a linha “modinha” sendo 66,7%, mas as empresas trabalham em mais de um nicho, (três estilos por exemplo dentro da mesma) parte delas moda casual que fica em 50%, alfaiataria e moda praia com 16,7%, *plus size* 25%, e as linhas *jeanswear*, moda íntima, *homewear* e *sleepwear* com 8,3%.

Abaixo apresenta-se a tabela com os dados coletados junto às empresas que participaram da pesquisa:

Tabela 1: Coleta de dados junto às empresas do extremo sul catarinense.

Pergunta	Alternativa A	Alternativa B	Alternativa C
Você sabe o que significa o termo "inclusão"?	Já ouviu, mas não sabe o que é.	Tem conhecimento sobre o termo.	Desconhece totalmente o termo.
	0 (0%)	12 (100%)	0 (0%)

Pergunta	Alternativa A	Alternativa B	Alternativa C	Alternativa D
Por que você acha que não existe uma oferta deste tipo de produto? Marque uma ou mais alternativas.	Porque é difícil desenvolver moda para pessoas com deficiência devido às especificidades de cada deficiência.	Porque não temos conhecimento sobre as necessidades do público com deficiência.	Porque o tempo de desenvolvimento pode ser demorado e o custo muito alto.	Porque não há interesse das marcas de moda em incluir este nicho em suas coleções.
	6 (50%)	6 (50%)	1 (8,3%)	3 (25%)

Pergunta	Sim	Não
Você sabe ou tem algum entendimento do que é a moda inclusiva? Marque uma alternativa.	11 (91,7%)	1 (8,3%)
Você já desenvolveu, e/ou ainda desenvolve coleções para pessoas com deficiência? Marque uma alternativa.	11 (91,7%)	1 (8,3%)
Você conhece alguma marca que trabalha com Moda Inclusiva? Marque uma alternativa.	9 (75%)	3 (25%)
Você já parou para pensar que as pessoas com deficiência também precisam se sentir confortáveis e valorizadas pelas roupas que usam?	10 (83,3%)	2 (16,7%)
Na sua opinião, é necessário que as empresas desenvolvam coleções ou marcas voltadas às pessoas com deficiência? Marque uma alternativa.	12 (100%)	0 (0%)
Tendo em vista que há necessidade de produzir peças de vestuário voltadas às pessoas com deficiência no mercado da moda, você pretende trabalhar com este tipo de roupa futuramente? Marque uma alternativa.	7 (58,3%)	5 (41,7%)

Fonte: Elaborada pela autora (2023)

A tabela mostra todas as respostas ao questionamento feito às empresas a respeito da moda inclusiva, assim pode-se entender melhor a percepção que as mesmas têm sobre o assunto, podendo assim analisar os dados coletados.

4 DISCUSSÕES

Conforme analisado nos gráficos, nas cidades de Sombrio, Araranguá, Criciúma e Turvo, cidades do extremo sul catarinense, percebe-se que a maioria das confecções entrevistadas via questionário, trabalham no ramo de moda feminina, e algumas também trabalham com o segmento masculino. Sendo que a área de atuação se estabelece em dois ou mais nichos de mercado, visando atender uma parcela maior de pessoas.

Entende-se que esse aspecto é positivo, considerando que a moda inclusiva

deve atender a todos. Assim, verifica-se uma possibilidade destas empresas atuar na área inclusiva, desde que tenham conhecimento sobre como desenvolver o vestuário inclusivo, considerando dentro de seus nichos de mercado, roupas que sejam funcionais, com aviamentos que facilitem o uso, e modelagem confortável que permite que diversos tipos de corpos se adaptem a elas.

A maioria das empresas tem conhecimento da questão da inclusão e moda inclusiva, mas a maioria delas não quer e não pensa em trabalhar neste nicho de mercado. Mesmo que conheçam algumas marcas que trabalham com moda inclusiva, e tenham noção da necessidade deste público com deficiência, nunca desenvolveram este tipo de vestuário e não têm interesse em desenvolver. Além da questão da dificuldade, observa-se que as empresas temem que o processo de desenvolvimento e produção seja demorado ou de alto custo, alegando não ter total conhecimento deste público e de suas necessidades. Isso se dá devido ao conhecimento escasso acerca da temática. Mesmo acreditando ser de extrema necessidade o desenvolvimento da moda inclusiva, a maioria das empresas não pretende trabalhar nessa área, mas cabe salientar que cinco empresas, de um total de 12, se mostraram interessadas na temática.

Fica claro, segundo a pesquisa feita, que o tema inclusão não é amplamente conhecido pelas empresas de moda da região e que, por receio do desconhecido, as empresas acabam não desenvolvendo coleções voltadas à moda inclusiva.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa não só respondeu ao problema de pesquisa “As empresas de vestuário do extremo sul catarinense desenvolvem moda inclusiva?”, assim como, validou a hipótese de que a moda inclusiva não possui um mercado tão amplo, devido à dificuldade de desenvolver os produtos de vestuário voltados às pessoas com deficiência. Isso foi possível verificar por meio das respostas obtidas no formulário online disponibilizado para as empresas, que visou alcançar o objetivo geral de “Investigar a atuação das empresas da região do extremo Sul de Santa Catarina em relação à moda inclusiva”.

Com base nas respostas obtidas, compreendeu-se porque praticamente não se vê moda inclusiva, e que o desenvolvimento de produtos no âmbito da inclusão,

praticamente não acontece na região. Pois, embora as marcas tenham conhecimento e um certo entendimento dessa necessidade no mercado de moda, não desenvolvem coleções voltadas à moda inclusiva, justificando que será um desenvolvimento demorado, que existem muitas deficiências específicas para ter que criar peças para este público.

Salienta-se que o trabalho contribui com a temática de moda inclusiva, desvendando as dificuldades das empresas de vestuário, trazendo dados e informações, mostrando que a moda inclusiva é para todos, e que pensando de forma mais abrangente será possível fomentar pesquisas futuras, desenvolvendo projetos nesta área.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Pauline; JANONE, Lucas. Brasil tem mais de 17 milhões de pessoas com deficiência, segundo IBGE. **CNN BRASIL**. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-mais-de-17-milhoes-de-pessoas-com-deficiencia-segundo-ibge/#:~:text=Perfil%20de%20quem%20tem%20defici%C3%Aancia,pessoas%20t%C3%AAm%20nos%20membros%20superiores>. Acesso em: 17 mar. 2023.

BRASIL, Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015. Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007. **Diário Oficial da União**. Brasília, 07 ago, 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm. Acesso em: 23 mai. 2023.

BRASIL, DECRETO Nº 6.949, DE 25 DE AGOSTO DE 2009. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). **Diário Oficial da União**. Brasília, 26 ago, 2009. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 23 mai. 2023.

DINIZ, Margareth. **Inclusão de pessoas com deficiência e/ou necessidades específicas** - Avanços e desafios. Belo Horizonte: Grupo Autêntica, 2012. E-book. ISBN 9788565381543. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565381543/>. Acesso em: 31 mai. 2023.

DRESCH, Aline; LACERDA, Daniel P.; JÚNIOR, José A. V A. **Design science research: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia**. Porto Alegre: Grupo A, 2015. E-book. ISBN 9788582605530. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605530/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

FERRAZ, Carolina V.; LEITE, George S.; LEITE, Glauber S.; et al. **Manual dos direitos da pessoa com deficiência**. São Paulo: Saraiva, 2012. E-book. ISBN 9788502170322. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502170322/>. Acesso em: 20 mai. 2023.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Grupo A, 2008. E-book. ISBN 9788536318523. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536318523/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

GOMES, Danila; QUARESMA, Manuela. **Introdução ao Design Inclusivo**. Curitiba: Appris, 2018.

GROSS, Evelyn. Moda inclusiva: 5 marcas e suas ações para o público pcd. **FFW**. 2022. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/moda-inclusiva-5-marcas-e-suas-acoes-para-o-publico-pcd/>. Acesso em: 20 mai. 2023.

IPOG. Por que minha empresa deve estar nas Redes Sociais?. 2016. Disponível em: <https://blog.ipog.edu.br/comunicacao-e-marketing/minha-empresa-deve-estar-nas-redes-sociais/#:~:text=Bom%2C%20nas%20circunst%C3%A2ncias%20que%20se,estrat%C3%A9gias%20%C3%A0%20favor%20do%20neg%C3%B3cio>. Acesso em: 17 mar. 2023.

JESSÉ. Inclusão com qualidade. PcD, PNE, afinal, que termo usar para Pessoas com Deficiência?. **PCD+**. 2020. Disponível em: <https://pcdmais.com.br/pcd-pne-afinal-que-termo-usar-para-pessoas-com-deficiencia/>. Acesso em: 16, mai. 2023. OLIVEIRA, Aline. Moda Inclusiva: as marcas estão realmente preparadas?. **MINDMINERS**. 2022. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/moda-inclusiva-e-as-marcas/#:~:text=As%20pessoas%20pensam%20que%20moda,e%20na%20ergonomia%20de%20PCDs>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SEBRAE. Um olhar especial para a moda inclusiva. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/um-olhar-especial-para-a-moda-inclusiva,ff8ea81234761810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 20 mai. 2023.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, María D. P B. **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Grupo A, 2013. E-book. ISBN 9788565848367. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848367/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

SHIMADA, Bárbara. Moda inclusiva: marcas brasileiras de roupas adaptadas para pcd. **STEAL THE LOOK**. 2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/moda-inclusiva-marcas-brasileiras-de-roupas-adaptadas-para-pcd/>. Acesso em: 17 mar. 2023.

<https://www.scielosp.org/pdf/rsp/v34n1/1388.pdf> Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. São Paulo, SP, Brasil. FEVEREIRO 2000

VALLE, Jan W.; CONNOR, David J. **Ressignificando a deficiência**. Porto Alegre: Grupo A, 2014. E-book. ISBN 9788580553437. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553437/>. Acesso em: 20 mai. 2023.

APÊNDICE A – Perguntas do Questionário

1. Em qual cidade fica a sede da empresa?
2. Qual o segmento de mercado que sua empresa trabalha? Marque uma ou mais opções.
3. Qual o nicho de mercado que sua empresa trabalha? Marque uma ou mais opções.
4. Você sabe o que significa o termo “inclusão”? Marque uma alternativa.
5. Você sabe ou tem algum entendimento do que é a moda inclusiva? Marque uma alternativa.
6. Você já desenvolveu, e/ou ainda desenvolve coleções para pessoas com deficiência? Marque uma alternativa.
7. Você conhece alguma marca que trabalha com Moda Inclusiva? Marque uma alternativa.
8. Por que você acha que não existe uma oferta deste tipo de produto? Marque uma ou mais alternativas.
9. Você já parou para pensar que as pessoas com deficiência também precisam se sentir confortáveis e valorizadas pelas roupas que usam?
10. Na sua opinião, é necessário que as empresas desenvolvam coleções ou marcas voltadas às pessoas com deficiência? Marque uma alternativa.