

A Gestão do Design no contexto do vestuário inclusivo: uma premissa aos produtos das marcas brasileiras

*Fabiana Maffezzolli de Melo **Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo

Informações do artigo

Recebido em: 12/07/2023

Aprovado em: 20/11/2023

Palavras-chave:

Gestão do design. Vestuário. Inclusão.

Keywords:

Design management. Clothing.
Inclusion.

Autores:

*Mestranda em Design pela Universidade
Federal de Santa Catarina (PPGD/UFSC)
fabi.moda22@hotmail.com

**Pós-doutor em Tecnologia Ambiental
pela Universidade Federal de Mato Grosso
do Sul (UFMS). Professor coordenador
do Núcleo de Abordagem Sistêmica do
Design na UFSC.
lff@cce.ufsc.br

Como citar este artigo:

MELO, Fabiana Maffezzolli de;
FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves
de. A Gestão do Design no contexto
do vestuário inclusivo: uma premissa
aos produtos das marcas brasileiras.
Competência, Porto Alegre, v. 16, n. 2,
dez. 2023.

Resumo

O presente artigo busca fazer um apanhado das principais marcas nacionais de vestuário inclusivo e quais produtos elas oferecem ao mercado. Buscou-se referência teórica em alguns conceitos da Gestão do Design para dar o devido embasamento a este estudo. Neste sentido, foi feita uma análise das cinco principais marcas da área, são elas: Reserva, Equal, Aria, Lado B e AdaptWear. Foram analisados aspectos como tipo de produto, gênero, tamanhos disponíveis, e preço. A metodologia se deu através de uma abordagem qualitativa, onde foram pesquisados os tipos de produtos vendidos nos sites dessas marcas. Posteriormente foi selecionado um produto de cada marca para uma análise de funcionalidade das peças vendidas. O resultado da análise serviu para reconhecer que tipos de produtos de vestuário para pessoas com deficiências são produzidos pelas marcas brasileiras. Concluiu-se que estas atendem ao que se propõe, enquanto criadoras de produtos de vestuário inclusivo, vendendo peças de roupas funcionais para os mais diversos tipos de PCDs.

Abstract

This article seeks to make an overview of the main national brands of inclusive clothing and what products they offer to the market. Theoretical reference was sought in some concepts of Design Management to give the proper foundation to this study. In this sense, an analysis was made of the five main brands in the area, they are: Reserva, Equal, Aria, Lado B and AdaptWear. Aspects such as product type, gender, available sizes, and price were analyzed. The methodology was based on a qualitative approach, where the types of products sold on the websites of these brands were researched. Later, a product of each brand was selected for a functionality analysis of the parts sold. The result of the analysis served to recognize which types of clothing products for people with disabilities are produced by Brazilian brands. It was concluded that these meets what is proposed, as creators of inclusive clothing products, selling functional clothing for the most diverse types of PCDs.

1 INTRODUÇÃO

Conforme os dados informados pelo Censo 2010, no Site IBGE Educa¹, “quase 46 milhões de brasileiros, aproximadamente cerca de 24% da população do Brasil, declarou ter algum grau de dificuldade em pelo menos uma das habilidades investigadas (enxergar, ouvir, caminhar ou subir degraus), ou possuir deficiência mental/intelectual” (IBGE EDUCA, 2023).

Auler (2014), diz que esses dados mostram um grande contingente de pessoas com necessidade de inclusão ao acesso de bens de consumo. E que existe um grande potencial no que se refere ao mercado de vestuário. Percebe-se, portanto, que para a parcela de pessoas até então excluídas há uma possibilidade de acesso a produtos e serviços do setor. Sob o mesmo prisma, para as marcas de vestuário existe uma oportunidade real de conquistar novos clientes.

A proposta do Design Inclusivo, também conhecido como Design Universal, é ampliar o público ao qual o projeto se destina, considerando suas características, vivências e necessidades. Assim, favorece de forma abrangente, a diversidade funcional humana e contribui com uma melhor qualidade de vida para todos (PEREIRA, 2017).

Para Ourives *et al.* (2017, p. 281) “O design nada mais é que a melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais do produto, de modo a atender às necessidades do consumidor, melhorando o conforto, a segurança e a satisfação dos usuários”

O design tem como característica estar inserido em um campo híbrido onde este conecta informação, artefato, usuário e sistema, sendo assim, capaz de viabilizar soluções sistêmicas e criativas para os desafios que são propostos em meio a natureza do projeto (OURIVES *et al.*, 2017).

Segundo Bononi *et al.* (2015), é possível observar cada vez mais pessoas portadoras de deficiências físicas nas ruas. Isso acontece porque existem várias propostas de mudanças e de adaptações para que os deficientes consigam melhor se locomover, seja nos espaços urbanos ou em meios de transporte.

Percebe-se que vários são os meios que tentam se adaptar para receber este tipo de público em seus espaços, e neste sentido a moda também deve buscar por soluções que atendam a essas necessidades de mercado.

A Gestão do Design pode contribuir para a criação desses vestuários, se utilizada da maneira correta nas empresas do setor. Neste sentido, o presente artigo tem como objetivo fazer um levantamento de quais marcas estão presentes no cenário

nacional, quantas peças produzem, quais os modelos, para qual gênero, entre outros. A partir de um levantamento bibliográfico, pretende-se também apresentar os conceitos de moda inclusiva e funcional.

2 GESTÃO DO DESIGN NO CONTEXTO DO VESTUÁRIO

Trabalhar com criação de moda, no contexto de produtos de vestuário que abordem as questões de moda inclusiva e funcional ainda é um desafio para o mercado da moda brasileira. Poucas são as marcas encontradas que visam atender a esse público específico. Contudo a Gestão do Design pode se tornar uma ferramenta facilitadora, ajudando a empresas do setor obterem um melhor aproveitamento na produção e confecção de seus vestuários.

A Gestão do Design implementa o design a partir das atividades desenvolvidas dentro de uma corporação. Isso se dá através de se comunicar o quanto o design é relevante para as metas da empresa a longo prazo (MOZOTA, 2011).

Frente a este contexto, a Gestão do Design se mostra de extrema importância para que se consiga elaborar um produto com a qualidade necessária, passando por todos os seus processos de fabricação, como também se torne algo que atenda às necessidades do público-alvo em questão, envolvendo dessa maneira todas as fases do processo produtivo existentes em uma empresa.

As contribuições de técnicas de gestão da qualidade para a gestão do design podem ser analisadas de uma perspectiva científica, administrativa e de recursos humanos. O design já aborda questões de ergonomia, marketing e análise de valor como ferramentas científicas relacionadas à gestão de qualidade. O desenvolvimento de ferramentas de gestão do design e até mesmo a medição da eficácia do design poderiam ser obtidos lançando-se mão de técnicas de gestão de qualidade. A coleta de dados sobre a satisfação do cliente é um exemplo dessa abordagem (MOZOTA, 2011).

No que diz respeito a moda, para Treptow (2013, p. 63) “o designer de moda precisa conhecer a capacidade produtiva da empresa e por quais produtos ela é conhecida no mercado”.

A autora coloca que o designer precisa conhecer a capacidade e as limitações da indústria e que precisa dominar os conceitos de produtividade bem como conhecer as metas da empresa quanto à produção e ao faturamento (TREPTOW, 2013).

Conforme Pires (2007 *apud* CRHISTO, 2016) a criação, desenvolvimento e produção de objetos do vestuário vinculados

¹Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/20551-pessoas-com-deficiencia.html>. Acesso em 14 jan. 2023.

à noção de moda no Brasil, só passou a ser pensada e considerada como atividade pertencente ao campo de atuação de um designer no final da década de 1990 e início do século.

O designer de moda ou estilista, assim como qualquer outro designer, precisa ter conhecimentos sobre formas, processos criativos, processos de uso, materiais, processos de fabricação, produção e distribuição, custos de produção e venda do produto. (CHRISTO, 2016).

É próprio do designer questionar a maneira como as coisas são feitas. Tal singularidade pode ser ferramenta para mudança em uma organização, quando usada proativamente. A disposição para melhorar continuamente os produtos e a empresa em si é fator determinante para a excelência. Não obstante o uso do design como um meio de aperfeiçoamento de produtos, pode também o designer participar ativamente da otimização de funções estratégicas, tais como comunicação interna e gestão de pessoas e recursos humanos, por exemplo (MOZOTA, 2011).

Contudo, a Gestão do Design trabalhada de forma correta através de suas abordagens, seus objetivos e suas aplicações, pode ser um meio de se obter resultados significativos no que diz respeito à criação desses vestuários, visto que a mesma busca utilizar “testes de qualidade, teorias da forma, repensar processos”, entre outros meios (MOZOTA, 2011).

Se pensada dessa forma, onde se busca linkar processos de gestão e produção com criação e desenvolvimento de produtos, é que pode se chegar a peças que agregam todos os aspectos necessários para se desenvolver um produto eficaz.

3 ASPECTOS DO DESIGN DE MODA INCLUSIVA E FUNCIONAL

A “inclusão social”, de acordo com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e da igualdade, significa fazer das pessoas deficientes, participantes da vida social, econômica e política do meio em que estão inseridas, garantindo o cumprimento aos seus direitos no contexto da Sociedade, do Estado e do Poder Público. (FERREIRA; VENTURELLI, 2021).

Moreira (2006 *apud* ALONSO; FERNEDA; SANTANA, 2010), “apresenta uma visão no sentido de que a inclusão social nada mais é do que proporcionar às populações excluídas as oportunidades necessárias para se viver com qualidade através de acesso a bens materiais, educacionais e culturais” (p. 156).

Ainda segundo o autor,

“[Inclusão Social] pode ser entendida como a ação de proporcionar para populações que são social e economicamente excluídas – no sentido de terem acesso muito reduzido aos bens (materiais, educacionais, culturais etc.) e terem recursos econômicos muito abaixo da média dos outros cidadãos – oportunidades e condições de serem incorporadas à parcela da sociedade que pode usufruir esses bens. Em um sentido mais amplo, a inclusão social envolve também o estabelecimento de condições para que todos os habitantes do país possam viver com adequada qualidade de vida e como cidadãos plenos, dotados de conhecimentos, meios e mecanismos de participação política que os capacitem a agir de forma fundamentada e consciente (MOREIRA, 2006 *apud* ALONSO; FERNEDA; SANTANA, 2010, p. 1).

Nesse sentido, designers podem facilitar a rotina de pessoas, ainda mais quando se fala de vestuário inclusivo, utilizando de seus conhecimentos para criar peças funcionais e práticas que possam ser usadas pelos mais diversos corpos.

De acordo com Brogin e Kimoto (2018) a moda funcional diz respeito à “função” da roupa, onde está passa a favorecer a autonomia do usuário, possibilitando que este possa se vestir ou desvestir sozinho, promovendo assim sua independência e mais qualidade de vida.

Ourives *et al.* (2017, p. 281) afirmam que uma das melhores definições para o que seria o design funcional é aliar estética e praticidade [...]. Sendo assim, uma roupa para ser funcional precisa aliar conforto e beleza. Para o design funcional o importante é que o usuário e sua experiência não sejam subestimados.

O debate a respeito dos aspectos funcionais do vestuário alimenta a indústria da moda na disputa conceitual sobre forma e função. A forma até agora levava vantagem no que diz respeito ao design de produtos de moda. Porém, atualmente estimula-se o reconhecimento do ganho que o usuário pode ter ao vestir uma roupa funcional, evidenciando a importância da função da roupa (OURIVES *et al.*, 2017).

Em alguns países da Europa e dos E.U.A. a moda inclusiva já é foco de alguns estilistas. No Brasil o nicho cresce lentamente, sendo ainda muito difícil encontrar este tipo de produto para pessoas com deficiências físicas (SOUZA; XAVIER; ALBUQUERQUE, 2017).

Freitas (2011, p. 27) diz que “todo projeto de design tem por objetivo elaborar um produto que seja útil e relevante para seu usuário”. E conclui que “o design se realiza não só na produção de um objeto, mas também na interação com o usuário, por meio do cumprimento de seus objetivos estéticos e funcionais”.

E neste sentido se dá a funcionalidade de peças de vestuário inclusivo, pois estas não servem apenas como

representação de modelos estéticos, mas sim exercem a função de ajudar seus usuários através de suas particularidades.

Aplicar os princípios do Design Universal no design de moda, através do vestuário, pode proporcionar a inclusão, não somente para pessoas com deficiência, pois a facilidade e praticidade ao se vestir deve estar presente até para quem não a possui (WICK; CAVALCANTI, 2017).

Muitas pessoas com deficiências tornam-se incapazes de realizar as tarefas do dia a dia, desde a manutenção de sua higiene pessoal até a capacidade para o trabalho e o lazer, uma situação que pode resultar na exclusão social destas pessoas (FERREIRA; VENTURELLI, 2021).

Sendo assim, “a acessibilidade pode garantir a realização de tarefas cotidianas, diminuindo assim as dificuldades encontradas, permitindo a participação e a independência individual” (SCATOLIM; SANTOS; LANDIM, 2014, p. 2).

O design, sempre teve de uma forma geral, uma abordagem mais transversal às áreas de conhecimento com as quais está conectado, ligando-se dessa maneira a conceitos oriundos de outras áreas como ciência social aplicada. Ficando isso bem claro nas linhas do *design* que pretendem lidar com a inclusão social, a sustentabilidade e a psicologia (MACÁRIO, 2015).

Para Macário (2015), o fato de a prática do design ser sempre acompanhada por uma série de definições, tais como design inclusivo, design universal e design para todos, torna complicada a sua relação com as complexas necessidades das pessoas com deficiência. Tais diferenciações são produto da dificuldade de viabilizar a aplicação de tecnologia e soluções de produção em massa por força da inexistência de uma quantidade mínima de usuários - o que gera falta de interesse do mercado - além da falta de compreensão das características específicas das interações de pessoas com deficiência como parte do conjunto de possibilidades das interações humanas, conforme proposto pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

O profissional de design, a princípio, utiliza conhecimentos tácitos em detrimento dos explícitos, que parte da sua própria interação com os objetos ou com o ambiente para resolver os problemas, mas que, no entanto, esta prática falha quando o profissional não pode vivenciar uma situação da mesma forma que o seu “cliente” (MACÁRIO, 2015).

Projetar peças que possam contribuir para tratamentos de saúde, como dores, inchaços, melhorar a posição da coluna, entre outros, são possibilidades funcionais do vestuário. Isso pode facilitar a vida dos usuários, e caso as roupas não tenham essas funcionalidades, podem ao menos facilitar a autonomia do deficiente ao vestir e despir as peças (BROGIN; KIMOTO, 2019).

Contudo, a criação de um vestuário para uma pessoa com deficiência é totalmente diferente de criar para pessoas sem nenhum problema motor, pois neste caso leva-se em consideração que este indivíduo ficará sem os movimentos de algumas partes do corpo por um tempo e que provavelmente encontrará dificuldades para vestir e se despir (FERREIRA; VENTURELLI, 2021). Cabe com isso, o conhecimento do profissional em usar técnicas de modelagem, costuras, aberturas e até mesmo tecidos inteligentes, que possam contribuir para a criação de peças funcionais.

Neste sentido, diversos fins são almejados em projetos inteligentes de vestimentas, principalmente, com atribuições ergonômicas, que neste caso, pretendem melhorar a percepção do usuário com a roupa, além de beneficiar o bem-estar, o conforto e a saúde do mesmo (FERREIRA; VENTURELLI, 2021).

Em resumo, a criação e produção de moda inclusiva e funcional deve levar em conta as necessidades físicas, psicológicas e de saúde, em todos os aspectos, de seus usuários, podendo assim, desenvolver produtos que auxiliem nos mais diversos campos da diversidade dos quais a moda é capaz de trabalhar.

4 AS MARCAS DE MODA INCLUSIVA NO CENÁRIO NACIONAL

O objetivo geral deste trabalho se dá em torno de pesquisar quem são as marcas brasileiras que produzem roupas para pessoas com deficiência, seus produtos, e entender esse contexto. Foram identificados o gênero para o qual as peças são destinadas, o público-alvo, o tamanho e preço.

Para esta análise foram escolhidas as marcas nacionais conhecidas na área da Moda Inclusiva, são elas: Reserva, Equal, Aria, Lado B, e AdaptWear.

Dessas marcas, realizou-se uma pesquisa qualitativa para conhecimento da história da empresa e análise de alguns dos produtos oferecidos. Todas essas informações foram obtidas através de pesquisas nos sites das marcas.

A primeira empresa a ser analisada foi a Reserva², conforme mostra o **Quadro 1**, que é uma marca de roupas, brasileira, criada em 2004 pelos sócios e amigos de infância Rony Meisler e Rafinha, no Rio de Janeiro. A marca Reserva não é uma marca específica para Moda Inclusiva, porém esta lançou no mercado a coleção Adpte, que segundo eles pode ser usada por qualquer pessoa. No site da marca percebe-se que a coleção apresenta itens para o segmento de moda masculina, sendo indicados para cadeirantes e amputados. Os tamanhos variam de

² Disponível em: <https://www.usereserva.com/cultura.html>. Acesso em: 04 mar. 2023.

PP ao EGG ou pela grade numérica do 38 ao 3G. Os preços dos produtos giram em torno de R\$ 200,00 à R\$ 900,00.

Quadro 1: Análise dos produtos da marca Reserva

Reserva (Adapte)	Produtos	Gênero	Tamanhos	Público-alvo	Preço
Vestuário 1	Calça Iron Adapte Amputado	Masculino	38 ao 3G	Amputados inferiores	R\$ 389,00
Vestuário 2	Jaqueta Over Tóquio Adapte Cadeirante	Masculino	P ao GGG	Cadeirantes	R\$ 899,00
Vestuário 3	Polo Piquet Adapte Cadeirante	Masculino	P ao GGG	Cadeirantes	R\$ 249,00
Vestuário 4	Camiseta Pima Cores Adapte Amputados	Masculino	P ao GGG	Amputados superiores	R\$ 239,00

Fonte: Autora (2023)

A segunda marca analisada foi a Equal³ Moda Inclusiva, para eles conforto, modelagens diferenciadas e autonomia são as palavras-chave da marca.

Entre seu público-alvo estão cadeirantes, pessoas com dificuldades em abrir botões, que sentem dores ou desconfortos com seu vestuário, que demoram muito tempo para colocar uma roupa ou têm as articulações enrijecidas. Segundo a marca eles reconhecem a moda como um importante canal de comunicação, que fortalece a identidade e a representatividade das pessoas com deficiência.

Quadro 2: Análise dos produtos da marca Equal

Equal	Produtos	Gênero	Tamanhos	Público-alvo	Preço
Vestuário 1	Blusa em Malha com zíperes nos ombros	Feminino	Não informado	Cadeirantes	R\$ 125,00

3 Disponível em: <https://www.silvanalouro.com.br/equal-moda-inclusiva>. Acesso em: 04 mar. 2023.

Vestuário 2	Bermuda Adaptada para cadeirantes	Feminino	P ao G	Cadeirantes	R\$ 169,00
Vestuário 3	Vestido Recorte Adaptado para Cadeirantes	Feminino	Não informado	Cadeirantes	R\$ 220,00
Vestuário 4	Blusa Elazir	Feminino	G	Cadeirantes	R\$ 169,00
Vestuário 5	Vestido preto com debrum off white	Feminino	Não informado	Cadeirantes	R\$ 245,00
Vestuário 6	Capa de chuva	Unisex	G	Cadeirantes	R\$ 180,00

Fonte: Autora (2023)

No **Quadro 2**, podemos ver que a marca trabalha o oposto da marca Reserva, trazendo opções de produtos quase que em sua totalidade femininos, com exceção da capa de chuva que pode ser usada por ambos os gêneros. A maioria dos tamanhos ou não é informado ou consta como tamanho único. São peças descritas para cadeirantes e em relação aos preços ficam em torno de R\$ 125,00 à R\$ 245,00.

No ano de 2017, a partir de uma reformulação da marca surgiu a Aria Moda Inclusiva⁴, uma marca de roupas adaptadas e funcionais que pensa tanto em seus usuários como também em seus cuidadores. Criam peças que dão mais autonomia, conforto e praticidade, o que facilita no vestir e o despir no dia a dia para pessoas com deficiência.

A empresa Aria produz peças que variam entre o masculino e feminino, trazendo nas suas medidas tamanhos que vão do PP ao EGG. Os preços são diferenciados em relação ao tipo de pagamento escolhido, e as peças são caracterizadas para uso de PCD em geral, porém a marca “indica” seus produtos primeiramente para pessoas com deficiência: cadeirantes, amputados, acamados, acidentados, idosos, pós operados; mas também define que podem ser usados por qualquer pessoa, com ou sem mobilidade reduzida.

Destaca-se no **Quadro 3**, uma gama de produtos mais variados produzidos pela marca Aria, comparado as duas marcas anteriormente mencionadas.

4 Disponível em: <https://ariamodainclusiva.com.br/a-empresa-aria-moda-inclusiva>. Acesso em: 04 mar. 2023.

Quadro 3: Análise dos produtos da marca Aria

Aria	Produtos	Gênero	Tamanhos	Público-alvo	Preço
Vestuário 1	Bermuda Eficiência com abertura lateral	Feminino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD	R\$ 170,99 (à vista) R\$ 179,99 (cartão)
Vestuário 2	Calça Determinação	Feminino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD	R\$ 256,49 (à vista) R\$ 269,99 (cartão)
Vestuário 3	Calça Resiliência com abertura total nas laterais e entre as pernas	Feminino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD	R\$ 256,49 (à vista) R\$ 269,99 (cartão)
Vestuário 4	Camiseta Cecília com abertura nas costas	Feminino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD	R\$ 142,49 (à vista) R\$ 149,99 (cartão)
Vestuário 5	Macacão confiança	Feminino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD (Alzheimer, Síndrome de Down e Altismo Severo)	R\$ 237,49 (à vista) R\$ 249,99 (cartão)
Vestuário 6	Bermuda Bento com abertura frontal e bolso para sonda	Masculino	EG	PCD	R\$ 189,99 (à vista) R\$ 199,99 (cartão)
Vestuário 7	Calça Praticidade com abertura frontal	Masculino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD	R\$ 256,49 (à vista) R\$ 269,99 (cartão)
Vestuário 8	Camiseta Oliver com abertura nas costas	Masculino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD	R\$ 142,49 (à vista) R\$ 149,99 (cartão)

Vestuário 9	Macacão Valente	Masculino	P ao EGG - Sob encomenda	PCD (Alzheimer, Síndrome de Down e Altismo Severo)	R\$ 189,49 (à vista) R\$ 199,99 (cartão)
Vestuário 10	Calcinha / Cueca Adaptada para Idosos e Pessoas com Deficiência	Unisex	PP ao EGG	PCD	R\$ 56,99 (à vista) R\$ 59,99 (cartão)

Fonte: Autora (2023)

Para a marca Lado B⁵, a inclusão depende de um conjunto de ações que permita às pessoas com deficiência se sentirem integradas à sociedade e para isso deve ser dada a possibilidade de que as pessoas tenham suas decisões, como o direito de ir e vir e que possam assim também escolher as roupas que desejam usar. Segundo eles, a marca é a pioneira no Brasil, a criar, confeccionar e comercializar Moda Inclusiva.

No **Quadro 4**, podemos ver os produtos disponíveis no site da marca. Entre eles encontram-se três produtos masculinos e um feminino, a cueca tem sua grade nos tamanhos P ao GG e é indicada para cadeirantes. Os demais produtos são definidos para PCD e tem seus tamanhos entre o 36 e o 50.

Quadro 4: Análise dos produtos da marca Lado B

Lado B	Produtos	Gênero	Tamanhos	Público-alvo	Preço
Vestuário 1	Kit cueca boxer com abertura na frente com botões	Masculino	P ao GG	Cadeirantes	R\$ 84,00
Vestuário 2	Bermuda brim leve com abertura na frente	Masculino	36 ao 50	PCD	R\$ 159,00
Vestuário 3	Calça brim leve com abertura na frente	Masculino	36 ao 50	PCD	R\$ 179,90

Vestuário 4	Calça brim leve com abertura nas laterais e bolsos	Feminina	36 ao 50	PCD	R\$ 129,90
-------------	--	----------	----------	-----	------------

Fonte: Autora (2023)

A marca AdaptWear⁶ foi criada por um casal sensível à causa de pessoas com necessidades especiais. Para eles a limitação de mobilidade não pode ser um fator limitante para se ter opções de vestuário. Eles citam que passaram um bom período conversando com seu público-alvo e assim puderam identificar as necessidades e os desafios que envolvem seus clientes e também seus cuidadores.

A marca descreve que através de seus produtos atende as necessidades específicas de pessoas com: E.L.A (Esclerose Lateral Amiotrófica), *alzheimer*, cuidado assistido, acamados, paralisia cerebral, desabilitados, deficiente, esclerose múltipla, peças para vestir-se sentado, derrame, cadeirante, incontinente, *parkinson*, rigidez na perna, rigidez no braço, pós-operatório, e perna quebrada. Dessa forma, foi a marca que mais apresentou produtos variados em seu site. Foram encontradas 14 opções de vestuário, variando entre peças masculinas, femininas e unissex. A grade de tamanhos também é bastante variada, conforme podemos ver no **Quadro 5**.

Quadro 5: Análise dos produtos da marca AdaptWear

Adapt-Wear	Produtos	Gênero	Tamanhos	Público-alvo	Preço
Vestuário 1	Blusa adaptada abertura nas costas	Feminino	G, GG e EXG	PCD	R\$ 170,00
Vestuário 2	Poncho para pessoas em cadeira de rodas	Unissex	Único	PCD	R\$ 210,00
Vestuário 3	Bermudas para pessoas em cadeira de rodas	Masculino	PP ao EXG	Cadeirantes	R\$ 155,00
Vestuário 4	Calça transfer para pessoas em cadeira de rodas	Feminina	PP ao EXG	Cadeirantes	R\$ 160,00

Vestuário 5	Roupa íntima - body tipo maiô	Feminino	P ao EXG	PCD	R\$ 108,00
Vestuário 6	Macacão para pacientes com alzheimer (opção curto e longo)	Feminino	P ao GG	PCD	R\$ 210,00
Vestuário 7	Macacão para pacientes com Alzheimer	Masculino	P, M e G	PCD	R\$ 195,00
Vestuário 8	Calça com abertura lateral em velcro	Unissex	P ao GG	PCD	R\$ 179,95
Vestuário 9	Calça acamados e acidentados - abertura lateral	Unissex	Único	PCD	R\$ 180,00
Vestuário 10	Sutiã com fecho frontal	Feminino	P ao GG	PCD	R\$ 102,60
Vestuário 11	Bermuda transfer	Masculino	PP ao G	PCD	R\$ 160,00
Vestuário 12	Macacão pijama calça longa para pacientes alzheimer	Unissex	P ao EXG	PCD	R\$ 195,00
Vestuário 13	Calça para pessoas em cadeira de rodas	Feminino	P ao GG	PCD	R\$ 150,00
Vestuário 14	Calça para pessoas em cadeira de rodas	Unissex	P ao GG	PCD	R\$ 150,00

Fonte: Autora (2023)

De uma maneira geral, ao analisar todas as marcas juntas, no que diz respeito ao público-alvo, as marcas apresentam peças que podem ser adaptadas e foi percebido que atendem um número bem variado de PCD. A marca com maior variedade de peças foi a AdaptWear, contando com um número de 14 produtos entre o gênero masculino e feminino, sendo está a que abrange um público-alvo mais diferenciado. A Equal e Aria, apresentam 6 e 10 peças, respectivamente. Já as marcas com menos peças apresentadas foram a Reserva e a Lado B com 4 produtos.

Cabe ressaltar que o preço dos produtos não é o enfoque principal desta análise e que dessa maneira, não serão discutidos de forma mais aprofundada, porém, em relação a estes, percebe-se que variam bastante de uma marca para outra, encontrando desde calcinhas e cuecas que ficam em torno de R\$ 50,00 até jaquetas de R\$ 800,00.

5 ANÁLISE DE FUNCIONALIDADE DAS PEÇAS ESCOLHIDAS

Posteriormente ao levantamento das marcas existentes no mercado nacional, foram analisadas algumas peças em relação à sua funcionalidade.

Para Brogin e Kimoto (2018), também é necessário, garantir a qualidade das peças, para que o usuário sinta segurança com o produto adquirido. Deve-se ter cuidado desde a escolha do tecido utilizado, a estrutura deste, a elasticidade e a temperatura adequada à finalidade, bem como os locais, tamanhos e profundidade das pences, costuras limpas e aviamentos acessíveis.

Um dos pontos que a Gestão do Design coloca é que a estética de um produto pode, por si só, ser suficiente para proporcionar o prazer buscado pelo consumidor, independentemente da sua função. É comum, todavia, que valores utilitário e estético ocorram juntos. Produtos que aliam os dois benefícios são os que costumam ser mais bem sucedidos (MOZOTA, 2011).

Com isso, foram escolhidos um modelo de cada marca, para uma pequena análise funcional destas. Na **Figura 1**, por exemplo, podemos ver o modelo de calça da marca Reserva, que apresenta aberturas laterais, ajudando o vestir e desvestir de pessoas amputadas e usuários de prótese, facilitando assim a sua colocação e remoção. Desse modo, adaptando pequenos detalhes, peças normais podem se tornar peças inclusivas e funcionais, podendo ajudar e facilitar nas atividades diárias de pessoas que necessitam desses ajustes.

Figura 1: Modelo de produto da marca Reserva



Fonte: Autora, adaptado de Reserva, 2023.

Na **Figura 2** vemos um modelo de blusa feminina da marca Equal, que apresenta cavas soltas e zíperes nos ombros, bem como o comprimento mais curto, para ser usada por cadeirantes. Para mulheres com deficiência ou mobilidade reduzida, os zíperes facilitam o vestir sem desconfortos ou dores e para as cadeirantes as cavas soltas liberam os braços para a movimentação da cadeira.

Figura 2: Modelo de produto da marca Equal



Fonte: Autora, adaptado de Equal, 2023.

Na **Figura 3**, o modelo da bermuda da marca Aria tem abertura frontal e bolso com detalhe para usuários de sonda. Essa abertura possui zíper nas laterais e fica presa na cintura da peça através de velcros. A abertura em local estratégico impede que o usuário precise baixar e subir a peça para fazer a troca da sonda, quando necessário. E o detalhe no bolso serve para que partes dela possam passar pela roupa sem atrapalhar o usuário.

Figura 3: Modelo de produto da marca Aria



Fonte: Autora, adaptado de Aria, 2023.

Na análise do produto da marca Lado B, através da **Figura 4**, pode-se perceber que a abertura frontal da cueca possibilita a passagem da sonda, se assim necessário, facilitando dessa forma seu uso para os diversos tipos de necessidades específicas.

Figura 4: Modelo de produto da marca Lado B



Fonte: Autora, adaptado de Lado B, 2023.

Todas essas funcionalidades podem facilitar muito a rotina e o cotidiano de pessoas com deficiências bem como de seus cuidadores, a inserção de aberturas em lugares específicos, é um dos quesitos que pode ser inserido em qualquer tipo de vestuário, e pode ser utilizado por qualquer pessoa, mas que de fato pode vir facilitar a vida de seu cliente em potencial.

Na **Figura 5**, logo abaixo, a calça para pessoas em cadeira de rodas da marca AdapWear, apresenta algumas funcionalidades específicas, possui botões de pressão ajustáveis, elástico na cintura, pode ser colocada com a pessoa sentada possui abertura traseira completa, entre outras.

Figura 5: Modelo de produto da marca AdapWear



Fonte: Autora, adaptado de AdapWear, 2023.

Segundo a marca, todas essas adaptações foram feitas e pensadas para garantir uma melhor usabilidade deste público, garantido assim, um produto que se encaixe nas necessidades de seu público-alvo.

Dentre todas as peças analisadas, o que se pode perceber em relação às facilidades de uso, além dos tecidos e aviamentos colocados em lugares específicos, são também as aberturas diferenciadas, que ajudam muito o vestir de pessoas com baixa mobilidade, facilitando assim o seu dia a dia.

Ao analisar esses cinco modelos de peças produzidas pelas marcas, a partir dos aspectos funcionais, percebe-se que são produtos modernos, bem pensados, estudados e desenvolvidos sem perder sua estética. Nesse caso, a gestão entra como aliada, no sentido de trazer os conhecimentos necessários para que designers possam atender as demandas de mercado de vestuário, em relação à sua função, mas sem perder suas qualidades estéticas.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Produzir roupas funcionais é de extrema valia em mundo globalizado que tende a incluir cada vez mais pessoas nos diversos meios da sociedade. O vestuário se mostra de fundamental importância para que esta inclusão aconteça. Roupas que facilitem o dia a dia de todos, se fazem necessárias.

Pessoas com deficiência física necessitam ainda mais dessas aplicações em seus produtos, pois é de suma importância que as modelagens e acessórios de suas roupas atendam às suas necessidades físicas e funcionais. O mercado de moda brasileira está atento para essas necessidades, mesmo que de forma lenta.

O que se espera tanto dos profissionais da área do design e da moda, bem como de outros profissionais, é que estes possam aplicar os conceitos do Design Universal e Inclusivo em inovações em produtos e serviços, podendo assim, fazer com que o mercado consiga de fato atender estas demandas, facilitando, dessa maneira, o processo de compra destes.

A partir deste estudo, percebe-se que ainda são poucas as marcas que trabalham com produção de vestuário inclusivo e que mesmo as que trabalham contam com um número limitado de peças.

No entanto, analisando as marcas, pode-se perceber que existe o empenho em atender ao público de pessoas com deficiência, a partir de um contexto global em respeito às suas necessidades específicas.

Analisando as funcionalidades das peças, pode-se

perceber que aplicar pequenos detalhes podem facilitar muito seu uso. A inserção de aberturas, botões, zíperes, entre outros, colocados em lugares estratégicos auxilia não só quem os veste, mas também quem ajuda vestir.

Contudo, o que se busca é que esses produtos possam ser acessíveis para todos, o que pode ser facilitado a partir da Gestão do Design, onde um produto pensado e elaborado sob esse viés, passa por todos os processos para atingir os requisitos funcionais desejados, podendo dessa maneira ter um preço acessível e um produto inclusivo e de qualidade, fabricado e disponível para todos que necessitam destas facilidades.

Referências

ALONSO, Luiza Beth Nunes; FERNEDA, Edilson; SANTANA, Gislane Pereira. Inclusão digital e inclusão social: contribuições teóricas e metodológicas. **Barbaroi**, Santa Cruz do Sul, n. 32, p. 154-177, jun. 2010.

AULER, Daniela. **Moda inclusiva**: considerações e novidades no projeto de vanguarda da moda brasileira. São Paulo: SEDPCD, 2014. p. 08-11. Disponível em: <http://modainclusiva.sedpcd.sp.gov.br/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

BONONI, Juliana *et al.* Aspectos inclusivos do design de moda para crianças com cegueira. In: ERGODESIGN USIHC, 15., 2015, Recife. **Anais [...]** São Paulo: Blucher, 2015. v. 2, p. 954-966. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/281745669_ASPECTOS_INCLUSIVOS_DO_DESIGN_DE_MODAL_PARA_CRIANCAS_COM_CEGUEIRA. Acesso em: 13 fev. 2022.

BROGIN, Bruna; KIMOTO, Maria Lucia Leite Ribeiro. Tendências de moda na cocriação de moda funcional. In: COLOQUIO DE MODA, 14., 2018, Curitiba. **Anais [...]** Curitiba: Colóquio de Moda, 2018. p. 1-17. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/>. Acesso em: 12 jan. 2022.

CHRISTO, Deborah Chagas. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2016. 172 p.

DAL BOSCO, Glória Lopes da Silva. Moda inclusiva: uma análise estética e funcional. In: COLÓQUIO DE MODA – 7ª EDIÇÃO INTERNACIONAL, 10., 2014, Caxias do Sul. **Anais [...]** Caxias do Sul: Abepem, 2014. p. 1-10. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-Eixo-3-Moda-Inclusiva-Uma-Analise-Estetica-e-Funcional.pdf>. Acesso em: 17 fev.

2022.

FERREIRA, Veridianna Cristina Teodoro; VENTURELLI, Suzete. A tecnologia têxtil aliada ao design inclusivo. **DATJournal**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 266-278, fev. 2021.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. **Design de superfície**: ações comunicáveis táteis nos processos de criação. São Paulo: Blucher, 2011.

MACÁRIO, Henry Magalhães. Design e Tecnologia Assistiva: Uma abordagem inserida no contexto de reabilitação. Henry Macário; orientador Dianne Viana; co-orientador Shirley Queiroz. Brasília, 2015. 120 p.

MOZOTA, B. B. **Gestão do design**: usando o design para construir o valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

OURIVES, Eliete Auxiliadora *et al.* A importância da abordagem sistêmica na ergonomia para um design funcional. **Proceedings Systems & Design 2017**, Valencia, p. 273-293, nov. 2017. Universitat Politècnica València. <http://dx.doi.org/10.4995/sd2017.2017.6648>.

PEREIRA, Daniela Gomes. A aplicabilidade do design inclusivo em projetos de design. 2017. 155 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=30055@1>. Acesso em: 13 fev. 2022.

SCATOLIM, Roberta Lucas; SANTOS, João Eduardo Guarnetti dos; LANDIM, Paula da Cruz. Aspectos do design universal: uma proposta de máquina de cartão para deficientes visuais. **Blucher Design Proceedings**, Gramado, v. 4, n. 1, p. 1-9, nov. 2014.

SOUZA, Rosângela Elisa de; XAVIER, Lucyana Azevedo; ALBUQUERQUE, Suellen Silva de. Moda inclusiva: reconhecendo a necessidade da criança cadeirante. **Moda Palavra E-Periodico**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p. 4-22, jan. 2017. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/issue/view/517>. Acesso em: 16 jan. 2022.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013. 208 p.

WICK, Carla F.; CAVALCANTI, Anna L. M. S. Moda Funcional: a tecnologia a favor da inclusão. In: COLOQUIO DE MODA, 13., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Colóquio de Moda, 2017. p. 1-16. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/>. Acesso em: 23 jul. 2021.