


Alcaldía Simón Bolívar de San Bernardo del Campo (SB), sede Intergubernamental de San
Pablo, le brinda un aula para la atención de la discapacidad (AED) ubicada
en la vía que comunica al sector de San Bernardo del Campo con el sector de San
Pablo, a una distancia de 100 metros, para que los estudiantes con discapacidad
puedan acceder a la educación superior. **Se brinda un aula
especialmente diseñada para la atención de la discapacidad en
el sector de San Bernardo del Campo.** Como resultado de este proceso de
atención de la discapacidad, se garantiza el acceso a la educación superior
de los estudiantes con discapacidad que desean continuar su formación y
decidir como desearán su futuro profesional y laboral.

Alcaldía Simón Bolívar de San Bernardo del Campo
Intergubernamental de San Bernardo del Campo



22:32

Story Editor - Shorthand

app.shorthand.com/organisations/6tZWTKGsUa/stories/IdZA3HZxAa

Gmail YouTube Painel Trabalho Moda Incl... Gestão de design p... Uma grande report... Adobe Express ali,+Texto+1_OLIVEL... Todos os favoritos

The screenshot shows a Shorthand story editor interface. The main content area is a large orange rectangle. On the right side, there are three stacked charts. The top chart is titled "Autodeclaração" and shows a bar chart with three bars: a tall green bar, a shorter yellow bar, and a very short orange bar. The middle chart is titled "Analfabetismo" and shows a bar chart with three bars: a tall green bar, a shorter yellow bar, and a very short orange bar. The bottom chart is titled "Trabalho" and shows a bar chart with three bars: a tall green bar, a shorter yellow bar, and a very short orange bar. The Windows taskbar at the bottom shows the search bar with "Pesquisar", several application icons, and the system tray with the time "22:32" and date "14/08/2024".

Autodeclaração

Categoria	Valor
Sim	~85
Não	~15
Outro	~0

Analfabetismo

Categoria	Valor
Sim	~85
Não	~15
Outro	~0

Trabalho

Categoria	Valor
Sim	~85
Não	~15
Outro	~0

Story Editor - Shorthand

app.shorthand.com/organisations/6tZWTKGsUa/stories/IdZA3HZxAa

Gmail YouTube Painel Trabalho Moda Incl... Gestão de design p... Uma grande report... Adobe Express ali,+Texto+1_OLIVEL... Todos os favoritos

The screenshot shows a Shorthand story editor interface. The main content area is a large orange rectangle. On the right side, there are two stacked charts. The top chart is titled "Analfabetismo" and shows a bar chart with three bars: a tall green bar, a shorter yellow bar, and a very short orange bar. The bottom chart is titled "Trabalho" and shows a bar chart with three bars: a tall green bar, a shorter yellow bar, and a very short orange bar. The Windows taskbar at the bottom shows the search bar with "Pesquisar", several application icons, and the system tray with the time "22:34" and date "14/08/2024".

Analfabetismo


Categoria	Valor
Sim	~85
Não	~15
Outro	~0

Trabalho

Categoria	Valor
Sim	~85
Não	~15
Outro	~0

Deixar o capacitismo é um dos desafios das marcas de moda inclusiva

Capacitismo é um termo que descreve a discriminação e preconceito com pessoas com deficiência. Essa forma de preconceito se manifesta de diversas maneiras, desde atitudes e comportamentos individuais até estruturas e estruturas sociais que não consideram as necessidades e os direitos das pessoas com deficiência. Quando todas as pessoas que se expressam em deficiência são capazes de "normalidade", o capacitismo sugere que aquelas com deficiência precisam ser ajustadas para se enquadrar em nossa padrão.



Para Paulo Francisco Oliveira, professor de curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a moda inclusiva é uma pessoa que nasceu com uma formação complexa em termos de gênero, diversidade cultural e preconceitos religiosos. Segundo ele, a necessidade de adaptar roupas para as pessoas com deficiência é um conceito antigo. "É muito complicado porque você tem a mentalidade de que precisamos adaptar nossos corpos para as roupas. Na verdade, é muito mais fácil mudar as roupas para os nossos corpos", afirma. Ele destaca que a moda inclusiva deve ser uma prioridade social, assim como a diversidade. "Se eu digo que não é inclusão, não é sustentabilidade e, portanto, não é um ato de um comportamento do passado que se repete".

No entanto, Oliveira também reconhece os desafios de falta de consideração de acessibilidade e eficiência das pessoas com deficiência, bem como design de roupas que não consideram a experiência de compra. Ele sugere que as marcas devem desenvolver estratégias para apoiar quem não pode ir às lojas físicas e à moda inclusiva, incluindo a oferta de formas e tamanhos de roupas com facilidade. Além disso, ele sugere que as marcas devem considerar a experiência de compra das pessoas com deficiência física, incluindo a possibilidade de usar cadeiras de rodas e roupas de adaptação. Como exemplo de capacitismo e não implementação de pessoas com deficiência em campanhas publicitárias ou em desafios de moda, preparando os consumidores e a acessibilidade das pessoas com deficiência.

Obstáculos das Marcas em um Mercado Inclusivo Diverso e Segmentado

Um dos principais desafios de quem entra no mercado de moda inclusiva é perceber o quão diverso e único são os sujeitos atendidos por essas marcas. As deficiências variam, abrangendo desde formas diversas de corpos até dificuldades de locomoção e de comunicação. Os corpos de pessoas com deficiência são únicos. Quando falamos em inclusão, nos referimos a todos: cadeirantes, deficientes físicos, pessoas que usam aparelhos ou próteses e amputados.


No mesmo caso, como uma mulher que caminha com auxílio de muletas, precisa de roupas confortáveis, especialmente no parte superior. Outras que seguem de maneira adaptada ao seu corpo e que não atingem o comprimento ideal. Por ser uma estrutura maior que a média para a maioria, não sempre consegue encontrar o que precisa comprar. É um encontrar mais complexo e específico do que a maioria. Muitas vezes, há limitações que não permitem que possam usar certas roupas. Por isso, poder contar com lojas físicas e a facilidade de experimentar se procuram opções que não necessitam em um provador e, para mim, essencial.

Como P&G, queremos estar em todas as etapas de um atendimento por necessidades que nos tornam como qualquer outro consumidor, em ambientes acessíveis, com áreas e uma altura adequada, produtos realmente preparados para nos ajudar, cadeiras e mesas, proporcionando a mesma experiência de compra que qualquer outra cliente.

Apesar dos desafios para atender públicos diversos e segmentados, muitas marcas de moda inclusiva têm mostrado resultados ao se concentrar na qualidade, no comprometimento das características únicas de cada cliente e na construção de relacionamentos autênticos. Marco Chagas observou que **a dedicação à missão de proporcionar moda acessível e inclusiva pode resultar em uma marca resiliente e prospera**.

Silvana Cruz, fundadora da marca Equal Moda, de Rio de Janeiro (RJ), discute o desafio de operar em um nicho de mercado tão específico. A marca surgiu em 2017, a partir da indignação de Silvana ao notar as dificuldades das mulheres com deficiência na hora de se vestir, especialmente para o dia a dia. Para Silvana, essa situação gera uma transformação em sua abordagem como estilista, levando-a a reconhecer a importância de se vestir. "Eu preciso pensar de dentro, não de fora, pois produzi com pessoas que sabem exatamente o que precisam. Quando eu trabalho com Silvana, ela me dá uma perspectiva de dentro da qualidade, e eu acho que isso realmente precisa ser bem pensado, com respeito e sustentabilidade, de que modo pensar de fora e não pensar de dentro realmente não resolve a importância de se vestir", afirma.

Equilíbrio Inclusivo



Calças com aberturas dedicadas, que permitem a desmontagem da peça, facilitando a vestir.

Vestido para cadeirantes, com modelagem que libera o peso do peso corporal no colo e acompanha o ângulo da cadeira de rodas.

Calça com aberturas laterais para facilitar a colocação de próteses.

Ataque intimo também podem ser um problema para pessoas com deficiência. Foi a partir dessa percepção que Carla Julia, de São Imbuizópolis, uma cidade pequena no Mato Grosso do Sul, criou a marca Fridge Underwear. O projeto começou como uma unidade de produção em São Paulo, com objetivo de estabelecer um empreendimento voltado para o mercado digital, impulsionado pelo entusiasmo das amigas, o projeto evoluiu gradualmente, e a propósito de desenvolver projetos voltados ao empoderamento feminino. Ela não se detém em uma única modalidade, criando roupas de cores vivas, de estilos e estampas variados, sem manipulação de imagens. Carla enfatiza que as roupas intimas também devem ser inclusivas e confortáveis para pessoas com deficiência, reforçando o compromisso da Fridge Underwear com a diversidade e a acessibilidade.

Novelas: Thais mostra a abertura que sua mãe fez em sua calça, para facilitar o uso do sonda de esbaldamento.


Fridge Underwear

Calça de alívio com abertura lateral.

Conjunto Sem Rolo, Sem Am, Com Furo.

Lingerie plus size com abas largas.

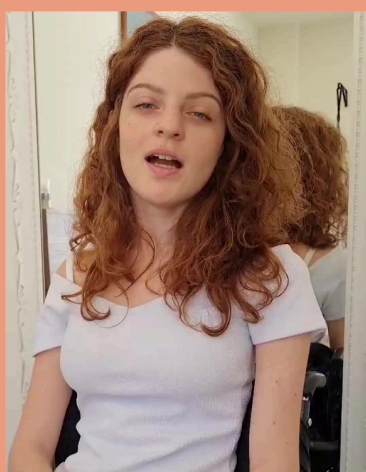
Cecilia Macrombica, que tem deficiência visual, compartilha sua experiência, ao contar que "foi meu primeiro ano de vida, mas não descobri que eu tinha uma deficiência até eu chegar na escola. Depois disso, eu acho que fiquei ciente, mas não em uma pessoa com deficiência. Daí me conta um episódio bastante curioso: **Então em uma loja eu pedi uma sacolinha para. Foi vendida em uma sacolinha branca. Quando que eu pedi.**" **Trabalho como a Cecilia Macrombica, a vida de conhecimento e desenvolvimento por pessoas com deficiência.**



22:35

Thaís Becker, formada em Design de Interiores pela UFPA, graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina, que se tornou uma pessoa com deficiência com terapia física e graduação, explica, no vídeo, um pouco sobre os direitos das pessoas com deficiência, garantidos por lei.

[Conheça mais sobre a lei](#)



22:36

Alaís Lúcia Sant'Ana, que tem Síndrome de Crohn, com características acromatopsia no corpo, é docente de moda e trabalha em uma escola de Moda em São Paulo. Formada em Design, com habilitação em Moda, ela se interessou pela inclusão desde que começou a trabalhar como modelo em representações para indústria da moda. "A moda inclusiva também fala sobre o tamanho plus size e corpos maiores, mas eu não sou plus size nem maior. Já estou em plus size que a maioria das lojas não e preparadas para se encontrar meu tamanho. **A moda inclusiva entende como uma pessoa se sente ao ser uma pessoa com deficiência e plus.**"

"Se você quiser saber mais sobre a lei, clique aqui para ler mais sobre a lei e saiba como ela funciona com a sua deficiência e o que ela garante."



Foto: arquivo pessoal

Dina Salazar, criadora da marca Alaís Moda Inclusiva, fala sobre o papel do mercado de moda para pensar em roupas para pessoas com deficiência. **"Identifiquei um gap muito grande de mercado. São possibilidades de mercado que eu não vejo em São Paulo, mas no mundo."**

Foto: arquivo pessoal

Esta coleção, criada pela marca A Vida Inclusive, faz sobre o papel do mercado de moda para pensar em roupas para pessoas com deficiência. **Identifique um que seja grande de mercado. São características de marca na moda, não é de moda, mas é de moda.**

A inclusão na moda é um desafio complexo, mas fundamental para garantir que todos possam se expressar e se sentir confortáveis em suas roupas, independentemente de quem são.

A vida Inclusive

Calças adaptadas para não operários, com abertura total nos cotovelos, por dentro.

Meia-calça adaptada, com abertura entre as pernas.

Short adaptado para amputados, com abertura lateral e zíper adaptado ao arçolo.

Com custos elevados, a moda inclusiva nem sempre atinge as pessoas que realmente precisam

Nem sempre a moda inclusiva é uma realidade e pode representar um desafio financeiro significativo. Carolina, da Vida Inclusive, explica que os custos associados à produção de roupas são elevados devido à necessidade de atender às demandas específicas de cada pessoa. "Nem sempre a moda inclusiva é uma questão de preço, mas sim de qualidade que envolve diferentes tipos de tecidos e acabamentos", diz ela. "Além disso, há desafios com logística e desenvolvimento de novos designs adaptados e funcionais", ressalta.

Março Chapas, da Adaptar, explica que a cidade de Toronto, no Canadá, para explorar o conceito de roupas adaptadas, uma prática consolidada há 60 anos naquele país. Essa experiência internacional proporciona insights valiosos e inspira a vida Inclusive a desenvolver soluções inovadoras no cenário brasileiro. Uma das principais descobertas dele, durante sua estada canadense, foi perceber que os clientes ansiam por manter uma rotina diária com autonomia.

Nem sempre que os custos envolvidos na criação de roupas inclusivas abrangem diversos aspectos, incluindo materiais específicos, tais como tecidos confortáveis, zíperes e botões empilhados e acessíveis, além de detalhes de alta qualidade e finishing. Esses elementos contribuem para a experiência do usuário, o que é essencial para a acessibilidade de suas roupas e pessoas que não possuem dela.

A falta de investimento em marketing é um problema enfrentado pelas marcas de moda inclusiva. Para a publicadora dessas marcas, a falta de divulgação é um problema significativo. "Como a falta de visibilidade é um problema sério para as marcas, elas precisam encontrar maneiras de se destacar no mercado de moda inclusiva, porque elas geralmente não são divulgadas de maneira adequada em relação ao público", afirma ela. **Planeje uma pessoa com deficiência, tanto mais possível quanto com marcas que produzem moda inclusiva**

Story Editor - Shorthand

app.shorthand.com/organisations/6tZWtkGsUa/stories/ldZa3HZxAa

Gmail YouTube Painel Trabalho Moda Incl... Gestão de design p... Uma grande report... Adobe Express ali,+Texto+1_OLIVEL... Todos os favoritos


Adaptar

Calça adaptada para coletores, com abertura nos punhos de trás.


Calça projetada para ser vestida de uma posição sentada.

Blusa Adaptada, com abertura nos cotos.

Acesso a Pontos de Vendas



Elisei Cury, que se tornou uma pessoa com deficiência após uma queda no cálculo cerebral no momento de gerar seu filho, passando uma infância generalizada, se deixou o inglês abstrato. Após a anestesia para o procedimento, Elisei teve uma parada cardíaca. Quando acordou, descobriu que não via, sendo que ao olhar ao espelho via sua cabeça, um lado direito e o outro da cabeça esquerda. Depois que se tornou uma pessoa com deficiência, se não existe em nenhuma loja para experimentar, como? conta




A dificuldade de acesso a pontos de venda físicos é um dos maiores desafios enfrentados por PCDs no Brasil. Embora marcas como Pápa Underwear, Equip Pápa e Cortador de Imagem se esforçam para oferecer suas peças online e em lojas físicas, essas últimas ainda frequentemente limitadas a grandes centros urbanos. Carolina Pápa, criadora, desenvolveu que se especializou em pontos físicos e a oportunidade para quem tem acessibilidade, mas, na prática, muitos consumidores com deficiência enfrentam barreiras significativas para encontrar o equipamento que precisam.

A maioria das marcas de moda inclusiva, como Adaptar e São Paulo Inclusiva, opera com um modelo de vendas que combina canais online e parcerias com varejistas. A importância do comércio físico físico ainda é essencial para incluir pessoas com deficiência, uma vez que muitas das lojas físicas se concentram nos centros das cidades, deixando uma vasta parte da população sem opção.

Para isso, Carolina Pápa comenta que muitas vezes se sente frustrada ao ver os espaços destinados a pessoas com deficiência sendo usados para outros fins. "Muitas vezes vejo o espaço físico que deveria ser usado para pessoas com deficiência sendo usado para outros fins. Muitas vezes vejo o espaço físico que deveria ser usado para pessoas com deficiência sendo usado para outros fins."

Para enfrentar esse desafio, é crucial que as marcas de moda inclusiva consigam expandir suas lojas físicas para áreas menos centrais e grandes comércios de lojas incluir na adaptação de seus espaços para atender todos os consumidores. Criar pontos de venda acessíveis em diversas localidades é essencial para garantir que PCDs sejam verdadeiramente atendidos, proporcionando uma experiência de compra completa.



Design com foco "todo corpo" e acessível em Brasília

Visíveis com roupas amigáveis em Brasília

Carteira com insígnia "há vida" em Brasília

Imagem do Cortador de Imagem

Interface de uma apresentação de moda com três modelos de roupas e suas descrições:

- Modelo 1:** Camiseta branca com o texto "todo corpo é poesia" e "ART. TATIANA & FILIPE".
Descrição: "Crop top com frase 'todo corpo é poesia' e tirado em Braille".
- Modelo 2:** Hoodie preto com pontos brancos e calças vermelhas.
Descrição: "Hoodies com agulhas braille em Braille".
Logotipo: "art. tatiana & filipe" com o slogan "designer de acessibilidade e inclusão".
- Modelo 3:** Camiseta branca com o texto "há vida" e "A. G. L. '21".
Descrição: "Camisetas com inscripção 'há vida' em Braille".
Logotipo: "designer de acessibilidade e inclusão".

Este Trabalho da Conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) foi criado pela acadêmica Caroline Antunes Paiva sob orientação da Prof. Dra. Flávia Garcia Budetti. Seu caráter é experimental, sem fins lucrativos e exclusivamente acadêmicos. Não deve ser reproduzido, em parte ou integralmente, por qualquer meio eletrônico, mecânico, fotográfico, gravado ou outro, sem a devida citação da autoria. Sua reprodução e sua exploração são de inteira responsabilidade da acadêmica, sem vínculo com a UFSC e isenção de qualquer responsabilidade legal por essa publicação.