

PROCESSOS CRIATIVOS E COMUNICAÇÃO: NOÇÕES DE FLUXOS E FIXIDEZ, DE
COMPRESSÃO TEMPO-ESPAÇO, DE TERRITÓRIOS SOBREPOSTOS E TERRENOS DE
RESISTÊNCIA NO SUL
CONTEMPORÂNEO

Alexandra da Silva de Jesus, Monique Vandresen

INTRODUÇÃO (maiúsculo, negrito)

A moda é um sistema de comunicação não-verbal potente, mas historicamente excludente. Pensar a interface entre Comunicação e Acessibilidade na Moda é fundamental para garantir que corpos diversos tenham autonomia tanto no consumo quanto na fruição da moda (seja em lojas físicas, e-commerce, redes sociais ou editoriais). A moda, enquanto fenômeno sociocultural e econômico, opera como um dos sistemas de comunicação não-verbal mais potentes da contemporaneidade. Ela projeta identidades, expressa subjetividades e dita normas de pertencimento social. No entanto, historicamente, as narrativas e os canais de difusão da moda foram estruturados sob uma perspectiva estritamente capacitista, negligenciando a existência e os direitos de corpos diversos.

Garantir o acesso à moda não se resume ao ato físico de vestir, mas abrange, fundamentalmente, o direito de fruir de suas mensagens, discursos e ambientes, sejam eles físicos ou digitais. A despeito dos avanços legislativos promovidos pela Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência, Lei nº 13.146/2015), que preconiza o acesso à informação e à cultura em formatos acessíveis, o ecossistema da moda — que engloba desfiles, *e-commerces*, publicidades e redes sociais — ainda perpetua profundas barreiras comunicacionais. A ausência recorrente de audiodescrição para consumidores com deficiência visual, a falta de tradução em Libras ou legendagem para a comunidade surda, e a baixa usabilidade cognitiva em plataformas de *omnichannel* excluem uma parcela significativa da população do direito básico de escolha e de consumo autônomo.

DESENVOLVIMENTO

A pesquisa analisou a interseccionalidade entre Comunicação, Acessibilidade e Moda no contexto do projeto Moda Inclusiva, desenvolvido a partir do segundo semestre de 2025 no Curso de Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). O estudo investigou a urgência de superar o viés capacitista na indústria do vestuário, tomando Santa Catarina como estudo de caso emblemático: embora o estado represente o segundo maior polo têxtil do Brasil (responsável por 26,7% da produção nacional e movimentando R\$ 40,3 bilhões em 2024), nenhuma de suas cerca de 10 mil empresas mantém uma linha permanente de roupas adaptadas para as cerca de 499 mil pessoas com deficiência no estado (IBGE).

Para contrapor essa lacuna, a iniciativa transformou a sala de aula em um laboratório de inovação social por meio de uma rede interdisciplinar que uniu dois centros (CEART e Cefid), duas Universidades (UDESC e UFSC), em ensino, pesquisa e extensão. Os projetos RAMP e ECOMODA forneceram o meio em que realizamos a pesquisa, através da relação entre alunos e pessoas amputadas (RAMP) nas aulas de Sustentabilidade e desta pesquisa.

Estiveram envolvidos os Projetos de Extensão e RAMP (Projeto de Extensão Reabilitação Multidisciplinar em Amputados (RAMP/Cefid/Udesc), coordenado pela Dra. Soraia Cristina Tonon da Luz, além do JAC (da UFSC), que documentou o processo através de fotografias através do

Projeto Jornalismo e Ação Comunitária (JAC/UFSC), coordenado pelas professoras Dra. Isabel Colucci Coelho e Dra. Melina de la Barrera Ayres.

A metodologia baseou-se na escuta ativa e cocriação, integrando 40 estudantes e 16 modelos amputados atendidos pelo RAMP. O processo priorizou as reais demandas funcionais e subjetivas dos usuários. Desenvolveram-se soluções personalizadas — como aberturas com velcro ou ímãs, ajustes para próteses e modelagens adaptadas — associadas a práticas sustentáveis de *upcycling* a partir de insumos sem comercialização doados por parceiros têxteis.

RESULTADOS

Os resultados do projeto evidenciaram que a moda inclusiva e acessível ressignifica o direito de fruição estética e amplia a autonomia de corpos diversos. O processo culminou na realização de um desfile adaptado e de uma exposição fotográfica em Santa Catarina, consolidando o potencial do design centrado no ser humano e da comunicação inclusiva para a transformação social. O ápice da investigação deu-se com o reconhecimento e a projeção internacional da pesquisa: em setembro de 2026, a aluna pesquisadora, acompanhada por um grupo de mais três estudantes (sendo duas delas também bolsistas voluntárias de Iniciação Científica), apresentou os resultados do projeto na Semana de Moda de Londres (London Fashion Week).

A apresentação na capital britânica levou o debate acadêmico e social brasileiro para um dos maiores palcos da moda global, demonstrando como a união entre ergonomia, sustentabilidade, jornalismo comunitário e recursos comunicacionais inclusivos pode reconfigurar as narrativas e superar as barreiras históricas da indústria do vestuário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto Moda Inclusiva demonstra que a união entre a Comunicação e o Design de Moda é indispensável para a desconstrução das barreiras capacitistas historicamente consolidadas no setor. Ao integrar o ensino superior, a extensão multidisciplinar (Moda, Fisioterapia e Jornalismo) e a comunidade, a pesquisa comprovou que o vestuário e sua difusão midiática devem ser pensados a partir do protagonismo das pessoas com deficiência, superando a mera adequação funcional e garantindo o direito à autonomia, à expressão de identidade e à fruição estética.

A lacuna evidenciada na indústria têxtil de Santa Catarina — que, apesar de sua expressividade econômica, não atende às demandas desse público — reforça a urgência de formar profissionais conscientes e engajados com a inovação social e a sustentabilidade (*upcycling*). O alcance dos resultados, materializados no desfile, na exposição fotográfica e na apresentação internacional na London Fashion Week em setembro de 2026, consolida o caráter transformador da ciência aplicada desenvolvida na universidade pública brasileira. Conclui-se, portanto, que garantir a acessibilidade física e comunicacional na moda não é um privilégio comercial, mas um imperativo ético e de Direitos Humanos.

Palavras-chave: Moda Inclusiva; Acessibilidade Comunicacional; Inovação Social; Ergonomia e Vestuário; Interdisciplinaridade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luís Mauro Sá. O habitus na comunicação. São Paulo: Paulus, 2003 (Comunicação).
- BERLO, David K..O processo da comunicação – introdução à teoria e à prática. São Paulo, Martins Fontes, 2003.
- BRAGA, José Luiz. A Sociedade Enfrenta sua Mídia: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- CASTELLS, Manuel.Poder da comunicação. Rio de Janeiro / São Paulo, Paz e Terra, 2015.
- ELLIOTT, Richard; JANKEL-ELLIOTT, Natalie. Using ethnography in fashion and consumer research. Qualitative Market Research, v. 6, n. 4, 2003.
- GRAVE, Maria de Fátima. A moda-vestuário e a ergonomia do hemiplégico. São Paulo: Escrituras Editora, 2010. (Um dos livros nacionais mais importantes sobre moda e ergonomia para PCD).
- KARPOVA, Elena E.; CHUNG, Te-Lin Doreen. Inclusive fashion design and marketing for people with diverse abilities: attitudes and purchase intentions of consumers with and without difficulty using clothing. Journal of Fashion Marketing and Management, 2025.
- KLEEGER, Georgina. More Than Meets the Eye: Discovering How the Blind See. New York: Oxford University Press, 2018.
- LAMB, Jane M. Disability and the social importance of appearance. Clothing and Textiles Research Journal, v. 19, n. 3, p. 134-143, 2001.
- McBEE-BLACK, Kerri; HA-BROOKSHIRE, Jung. Apparel needs of people with disabilities: a systematic review. Textile Research Journal, 2020 / Journal of Fashion Marketing and Management, 2022.
- OLIVEIRA, Rodrigo Diego de; OKIMOTO, Maria Lucia Leite Ribeiro. Tecnologias assistivas relacionadas à moda para pessoas com deficiência visual: uma revisão sistemática. dObra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, n. 35, p. 183-205, 2022.
- PEREZ, Iana Uliana; MARTINS, Suzana Barreto. A abordagem da deficiência no design de moda: revisão integrativa em artigos de periódicos brasileiros. dObra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, n. 42, p. 181-202, 2024.
- SANDERS, Elizabeth B.-N.; STAPPERS, Pieter Jan. Co-creation and the new landscapes of design. CoDesign, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008.
- SOUSA, Rosângela Elisa de; XAVIER, Lucyana Azevedo; ALBUQUERQUE, Suellen Silva de. Moda inclusiva: reconhecendo a necessidade da criança cadeirante. ModaPalavra e-periódico, Florianópolis, v. 10, n. 19, p. 4-22, 2017.
- STORY, Molly Follette. Maximizing usability: the principles of universal design. Assistive Technology, v. 10, n. 1, p. 4-12, 1998.