

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
CENTRO DE ARTES, DESIGN E MODA - CEART
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DE VESTUÁRIO E MODA

DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS

DESIGN INCLUSIVO APLICADO À MODA INFANTIL: MANUAL PARA
DESENVOLVIMENTO E DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS PARA CRIANÇAS COM
DEFICIÊNCIA VISUAL

FLORIANÓPOLIS

2026

DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS

**DESIGN INCLUSIVO APLICADO À MODA INFANTIL: MANUAL PARA
DESENVOLVIMENTO E DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS PARA CRIANÇAS COM
DEFICIÊNCIA VISUAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina –Udesc, como requisito parcial para obtenção do título de mestre (a) em Design de Vestuário e Moda (Modalidade Profissional)

Linha de Pesquisa: Design e Tecnologia do Vestuário

Orientador: Prof. Dra. Icléia Silveira

FLORIANÓPOLIS 2026

**Ficha catalográfica elaborada pelo programa de geração automática da
Biblioteca Universitária Udesc,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

Vasconcellos, Daniele dos Santos de Oliveira
Design Inclusivo aplicado aplicado à moda infantil :
Manual
para desenvolvimento e divulgação de produtos para crianças
com deficiência visual / Daniele dos Santos de Oliveira
Vasconcellos. -- 2026.
186 p.

Orientadora: Icléia Silveira
Dissertação (mestrado) -- Universidade do Estado de
Santa Catarina, Centro de Artes, Design e Moda, Programa
de Pós-Graduação Profissional em Design de Vestuário e
Moda, Florianópolis, 2026.

1. Deficiência visual. 2. Vestuário Infantil. 3. Mercado. 4.
Marketing. 5. Divulgação. I. Silveira, Icléia . II. Universidade
do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Design e
Moda, Programa de Pós-Graduação Profissional em Design
de Vestuário e Moda. III. Título.

DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS

**DESIGN INCLUSIVO APLICADO À MODA INFANTIL: DESENVOLVIMENTO E
DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS PARA CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina – Udesc, como requisito parcial para obtenção do título de mestre (a) em Design de Vestuário e Moda (Modalidade Profissional) na área de concentração em Ciências Sociais Aplicadas.

Orientador: Prof. A Dra. Icléia Silveira

BANCA EXAMINADORA

Icléia Silveira Doutora

Universidade do Estado de Santa Catarina- UDESC

Membros:

Andressa Santos Turcatto Mestra

Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC

Externo:

Taísa Vieira Sena Doutora

Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PR

Florianópolis, 02 de julho de 2026.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me conceder força, sabedoria e persistência ao longo desta trajetória, permitindo que cada etapa deste trabalho fosse conduzida com propósito e aprendizado. À minha família, pelo apoio incondicional, incentivo constante e por estar ao meu lado em todos os momentos, oferecendo acolhimento e confiança durante todo o percurso acadêmico e pessoal.

À minha orientadora, Prof.^a Icléia, por ter confiado no meu trabalho, pela orientação, dedicação, disponibilidade e pelos conhecimentos compartilhados ao longo deste processo. Sua contribuição foi fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa.

A todos os professores que fizeram parte da minha formação acadêmica, pelos ensinamentos, incentivo e compromisso com a construção do conhecimento. Por fim, agradeço a todas as pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

A autonomia é um aspecto fundamental no processo de inclusão, pois possibilita o desenvolvimento da independência das crianças com deficiência visual. Dentro deste contexto, o vestuário, além de atender às necessidades funcionais, desempenha um papel essencial na construção da identidade e na experiência sensorial dessas crianças. No entanto, o mercado de moda infantil ainda encontra desafios na criação de produtos que considerem plenamente as demandas desse público-alvo. Embora diversas soluções tenham sido desenvolvidas e debatidas no presente contexto, sua implementação no mercado ainda é limitada. Diante desse cenário, esta dissertação propõe o desenvolvimento de um manual para orientar a criação, o desenvolvimento e a divulgação de produtos de vestuário acessíveis voltados para crianças com deficiência visual. O manual reúne instruções que contemplem aspectos como usabilidade, acessibilidade, identificação tátil e estratégias de comunicação inclusiva, a fim de promover maior autonomia e representatividade no vestuário infantil. Para isso, a pesquisa é de natureza aplicada, com abordagem da pesquisa qualitativa e descritiva. Realizou-se a coleta de dados por meio de revisão bibliográfica e pesquisa de campo, tendo como foco crianças de 2 a 12 anos, faixa etária que corresponde ao segmento de atuação da marca investigada. Deste modo, espera-se que este manual contribua para ampliar as possibilidades de inclusão no mercado de moda infantil, fornecendo orientações aplicáveis a designers, marcas e profissionais da área, além de fomentar o debate sobre acessibilidade no vestuário. Assim, esta pesquisa busca não apenas preencher uma lacuna no setor de moda infantil, mas também incentivar iniciativas que tornem o vestuário mais acessível e inclusivo para crianças com deficiência visual.

Palavras-chaves: Deficiência visual. Vestuário Infantil. Mercado. Marketing. Divulgação.

ABSTRACT

Autonomy is a fundamental aspect of the inclusion process, as it enables the development of personality and independence in children with visual impairments. Within this context, beyond fulfilling functional needs, clothing plays a vital role in the construction of identity and the sensory experience of these children. However, the children's fashion market still faces challenges in designing products that fully address the needs of this target market. Although various solutions have been developed and discussed in the current context, their implementation in the market remains limited. Considering this scenario, this dissertation proposes the development of a manual to guide the creation, development, and dissemination of accessible clothing products aimed at children with visual impairments. The manual brings together guidelines that address aspects such as usability, accessibility, tactile identification, and inclusive communication strategies in order to promote greater autonomy and representation in children's clothing. To achieve this, the research is applied in nature, with a qualitative and descriptive research approach. Data collection was carried out through a literature review and field research, focusing on children aged 2 to 12 years, which corresponds to the age group served by the brand under investigation. It is expected that this manual will contribute to broadening the possibilities for inclusion in the children's fashion market by providing practical guidelines for designers, brands, and professionals, as well as encouraging dialogue on accessibility in clothing. Thus, this research seeks not only to fill a gap within the children's fashion sector but also to foster initiatives that enhance the accessibility and inclusivity of clothing for children with visual impairments.

Keywords: *Visually impaired. Clothing Children's. Market. Marketing. Publicity*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fundamentação teórica.....	10
Figura 2 - Moletom infantil com bordados em braille.....	15
Figura 3 – Óculos inteligentes com integração entre realidade assistida e interface neural.....	23
Figura 4 - Quadro de alfabeto em braille.....	25
Figura 5 - Logomarca da seção de Audiodescrição.....	27
Figura 6- Little Room.....	28
Figura 7 - Código de cores Feelipa <i>Color Code</i>	31
Figura 8- Código de cor Feelipa aplicado a um objeto.....	31
Figura 9 - Tabuleiro semelhante a um relógio, para facilitar o aprendizado das cores..	32
Figura 10 - Representação do <i>See Color</i> (um ponto, duas linhas e o relevo.....	33
Figura 11 - Aplicação do <i>See Color</i> em objetos.....	34
Figura 12 - Etiqueta Têxtil em braille.....	35
Figura 13 - Etiqueta Tátil baseado no Método Feelipa.....	37
Figura 14 - Etiqueta Tátil baseado no Método Feelipa.....	37
Figura 15 – Prancha tátil como ferramenta de aprendizado e autonomia para crianças com deficiência visual.....	38
Figura 16 - GODP- Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos.....	41
Figura 17 - Etapas do método <i>Co-Wear</i>	50
Figura 18- Proto-persona - Isa.....	54
Figura 19 - Nova visão dos 4 P's: Solução, Acesso, Valor e Educação.....	55
Figura 20- Vitrine interativa de loja de roupas com tecnologia digital.....	57
Figura 21- Bourbon Shopping: circuito interativo Peppa Pig pelo mundo.....	61
Figura 22- Circuito Peppa Pig pelo Mundo: interação e brincadeiras.....	62
Figura 23 - Loja Fábula, Shopping Leblon- RJ.....	63

Figura 24 - Loja Fábula, Barra Shopping- RJ.....	64
Figura 25 - Procedimentos Metodológicos.....	68
Figura 26 - Articulação teórica x pensamento estratégico.....	84
Figura 27 – Mapa da jornada do usuário.....	85
Figura 28 - Brinquedo educativo formas geométricas em 3D.....	86
Figura 29 - Livro Tátil: A Forma da Cor.....	87
Figura 30 - Método Feelipa adaptado em bordados para peças do vestuário.....	88
Figura 31 - Simulação de espaço interativo para o interior de uma loja infantil.....	90
Figura 32 - Quadro de direcionamento para as campanhas.....	91
Figura 33 - Simulação de anúncio comemorativo.....	92
Figura 34- QR Code como recurso tecnológico.....	92
Figura 35: Imagem ilustrativa, terminal de autoatendimento acessível.....	93

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação da pesquisa.....	8
Quadro 2 - Etapas da metodologia de Sanches.....	42
Quadro 3 - Etapas da metodologia de Treptow.....	45
Quadro 4 - Contribuições metodológicas utilizadas na construção do Manual.....	47
Quadro 5 - Principais teorias aplicadas na pesquisa.....	66
Quadro 6 – Principais Apontamentos da Empresa.....	74
Quadro 7 - Categorias de Análises.....	80
Quadro 8 - Síntese das Informações.....	81

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	2
1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA.....	2
1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	3
1.3 OBJETIVOS.....	4
1.3.1 Objetivo geral.....	4
1.3.2.1 Objetivos específicos relacionados a fundamentação teórica.....	4
1.3.2.2 Objetivos específicos correlacionados ao caminho metodológico.....	5
1.4 JUSTIFICATIVA.....	6
1.4.1 Conexão com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).....	7
1.5 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	8
1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 A MODA INFANTIL NO ESTADO DE SANTA CATARINA.....	11
2.1.1 Regiões e municípios catarinenses produtores de moda infantil.....	11
2.1.2 Gaspar- Capital nacional da moda Infantil.....	12
2.1.3 Moda Infantil na contemporaneidade.....	13
2.1.4 Moda inclusiva.....	14
2.2 CENÁRIO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL.....	16
2.2.1 Legislação brasileira de inclusão da pessoa com deficiência.....	17
2.2.1.1 Novo Plano Viver Sem Limite.....	18
2.2.2 Deficiência Visual na infância.....	20
2.2.2.1 Práticas Educativas para uma Vida Independente- PEVI.....	21
2.3 FERRAMENTAS E TECNOLOGIAS ASSISTIVAS PARA A ACESSIBILIDADE DAS PESSOAS CEGAS OU COM BAIXA VISÃO.....	22
2.3.1 Sistema braille.....	24
2.3.2 Audiodescrição.....	25

2.3.3 Habilidades Cognitivas Táteis: Little Room como recurso.....	27
2.3.4 Métodos táteis.....	29
2.3.4.1 Método Feelipa.....	29
2.3.4.2 Método SEE Color.....	32
2.3.4.3 Etiquetas em braille.....	34
2.3.4.4 Etiquetas táteis.....	35
2.3.4.5 Prancha tátil como ferramenta de aprendizado e autonomia.....	38
2.4 METODOLOGIAS PROJETUAIS DE DESIGN E MODA.....	39
2.4.1 GODP- Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos.....	40
2.4.2 Metodologia para Desenvolvimento de produtos de Moda de Sanches.....	42
2.4.3 Metodologia projetual de Treptow.....	45
2.5 ERGONOMIA DE PRODUTOS.....	47
2.5.1 Ergonomia no vestuário.....	48
2.5.1.1 Critérios Ergonômicos.....	48
2.5.2 Aspectos Ergonômicos a Partir do Método Co-Wear.....	49
2.6 ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA A MODA INCLUSIVA INFANTIL.....	52
2.6.1 Estratégias de Marketing.....	52
2.6.1.1 Proto-personas.....	53
2.6.1.2 Abordagem SAVE.....	54
2.6.1.3 Visual Merchandising (VM).....	56
2.6.2 Marketing Sensorial No Varejo De Moda Infantil.....	58
2.6.3 Experiências Lúdicas Para Crianças com Deficiência Visual no Ponto de Venda	60
2.7 ASPECTOS DA TEORIA.....	66
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	68
3.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA.....	69
3.1.1 Natureza da pesquisa.....	69

3.1.2 Abordagem do problema.....	70
3.1.3 Objetivo da pesquisa.....	70
3.2 AMOSTRA DA PESQUISA.....	70
3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	70
3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS.....	71
4 PESQUISA DE CAMPO – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	73
4.1 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA.....	73
4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES PARTICIPANTES.....	74
4.2.1 ACEVALI – Associação de Cegos do Vale do Itajaí.....	74
4.2.2 Instituto Benjamin Constant.....	75
4.2.3 Participantes da pesquisa.....	76
4.3 CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	76
4.3.1 Autonomia no Vestir e uso de Tecnologia Assistiva.....	77
4.3.2 Identificação tátil e reconhecimento das peças.....	78
4.3.3 Conforto, usabilidade e adaptações do vestuário.....	79
4.4 ORIENTAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO MANUAL.....	81
5 DESENVOLVIMENTO DO MANUAL.....	83
5.1 ARTICULAÇÕES TEÓRICAS: PENSAMENTO ESTRATÉGICO.....	83
5.1.1 Métodos GODP, Treptow e Sanches: Mapa da jornada do usuário como ferramenta para estruturar as fases do processo.....	84
5.1.2 Moda Inclusiva, Deficiência Visual e Tecnologias Assistivas e Método Feelipa: Livro Tátil - A Forma da Cor - como ferramenta de aprendizado e autonomia.....	86
5.1.3 Proto Personas, Little Room e Marketing Sensorial: Ambiente Lúdico, espaço de interatividade, sensorialidade e conexão com o ambiente.....	89
5.1.4 Marketing Sensorial, Comunicação Inclusiva e Tecnologias Assistivas: recursos táteis, QR Codes sonoros e estratégias de comunicação multissensorial.....	90
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	149

REFERÊNCIAS..... 152

APÊNDICE A..... 165

ANEXO B 168

1 INTRODUÇÃO

Durante a etapa de pré concepção de desenvolvimento de produtos de moda, um dos procedimentos realizados é a escolha das cores e identificação de texturas das peças. Nesta fase, se inicia um grande desafio no que diz respeito à inclusão, pois se trata de um fator limitante para pessoas que são acometidas de alguma deficiência visual.

Neste sentido, reconhecer a inclusão no mundo da moda é um passo crucial em direção a uma sociedade mais igualitária, sendo fundamental para que se promova a melhoria do acesso das pessoas com deficiência à moda, como também considerar a inclusão desde a fase de concepção de produtos para solucionar a escassez de opções de vestuário.

O capítulo introdutório apresenta o tema da dissertação, contextualiza o problema de pesquisa, apresenta o objetivo geral, os objetivos específicos, a justificativa, indicando sua relevância, a metodologia utilizada e a estrutura do trabalho. O tema está vinculado à linha de pesquisa “Design e Tecnologia do Vestuário”, do Programa de Pós-Graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (PPG Moda/UDESC).

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

No cenário da moda inclusiva, o vestuário desempenha um papel fundamental em proporcionar autonomia e contribuir para a identidade das crianças com deficiência visual. Além de uma necessidade funcional, o vestir possibilita expressão e aprendizado, desde que seja projetado considerando as particularidades sensoriais desse público. Isso exige uma abordagem que vá além da estética tradicional, explorando soluções que estimulem o tato e facilitem o uso independente das peças.

Dentro deste contexto, o design de moda transcende a mera estética visual e abrange uma interação dos sentidos, apoiando-se na conexão entre o tato e outras sensações físicas (Bononi, 2016). Diante disso, durante o processo de desenvolvimento de produtos de vestuário para crianças com deficiência visual, é

essencial considerar como as peças podem ser percebidas e experimentadas além do aspecto visual, enfatizando a importância da textura, conforto e praticidade desde a concepção do design.

As peças do vestuário que oferecem exploração do sentido tátil por meio da interatividade, ajudam a trabalhar a independência das crianças no ato de vestir e despir sozinho, enfatizam ainda como os elementos táteis podem ser educativos. Porém, as peças com este tipo de beneficiamento têm custo mais elevado, fator que acaba desestimulando os pais a consumirem este tipo de produto. Para crianças com deficiência visual, por vezes é difícil encontrar roupas que sejam funcionais, confortáveis e que reflitam sua expressão pessoal. Diante desse contexto, este manual busca orientar a criação, o desenvolvimento e a divulgação de produtos de vestuário voltados para esse público, promovendo um design de moda que atenda às suas necessidades sensoriais e práticas.

1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

Na atualidade, o município de Gaspar-SC é responsável por mais da metade da produção de moda infantil das principais magazines do Brasil. Em 2020, tornou-se Capital Catarinense da Moda Infantil, título que resultou em aumento no turismo, comércio, geração de empregos e renda (Brasil, 2022). Gaspar-SC, compreende uma quantidade expressiva de confecções, no entanto, acerca da moda inclusiva, ainda é pouco desenvolvida, tendo em vista que já existem diversas soluções em recursos inclusivos disponíveis e acima de tudo por se tratar de um município referência em produção têxtil infantil.

Muitos são os motivos que os fabricantes têxteis apresentam para elucidar as causas da falta de investimento no nicho de moda inclusiva, altos investimentos, pouca demanda, falta de infraestrutura etc. O foco central da investigação, se encontra no município de Gaspar-SC.

Sendo assim, a autora escolheu a empresa têxtil A., Moda Infantil- Atacado e Varejo, localizada no Bairro Santa Terezinha, também em Gaspar-SC, como referência da problemática da pesquisa, por fazer parte do setor de moda infantil atacadista e pela receptividade e disponibilidade da empresa em expor os dados e

apresentar o catálogo de peças.

Desta maneira, realizou-se uma pesquisa prévia pela autora, por meio de um questionário com questões abertas, encaminhados via *WhatsApp*, para que fosse possível entender as principais questões em torno da dificuldade de implementar a moda inclusiva no catálogo de peças.

Com base nisso, verifica-se junto aos proprietários da fábrica, que existem diversos fatores que inviabilizam o desenvolvimento de novas peças, como preço alto de tecidos diversificados e dificuldade de encontrar costureira especializada em trabalhar com tecidos em malha. Desta maneira resultando em produzir os mesmos modelos, porém apenas com estampas e variações nas cores dos tecidos. Outra questão constatada foi a falta da divulgação dos produtos para apresentação ao público-alvo, com o objetivo de chamar a atenção dos futuros clientes e garantir as vendas, destacando-se no mercado. Diante do exposto, encontra-se a seguinte questão de pesquisa: Como desenvolver estratégias para implementar a moda inclusiva na linha de produtos das empresas têxteis por meio do uso de técnicas e práticas de produção e de divulgação?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Desenvolver um manual para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário para crianças com deficiência visual.

1.3.2.1 Objetivos específicos relacionados a fundamentação teórica

- 1- Contextualizar a produção e comercialização da moda infantil no Estado de Santa Catarina;
- 2- Conhecer o universo das pessoas com deficiência visual e recursos para auxiliar no seu bem-estar;
- 3- Abordar metodologias projetuais de design e moda para criação de produtos;

4- Apresentar o método Feelipa, o qual foi criado para tornar as cores acessíveis, para pessoas com deficiência visual;

5- Identificar estratégias de marketing para promover a moda inclusiva que atendam crianças com deficiência visual e experiências lúdicas.

1.3.2.2 Objetivos específicos correlacionados ao caminho metodológico

1. Realizar entrevistas semiestruturadas, com representantes do Instituto Benjamin Constant (IBC) e da Associação de Cegos do Vale do Itajaí ACEVALI, com o objetivo de conhecer suas práticas institucionais, programas e projetos voltados à inclusão de crianças com deficiência visual.

2. Utilizar as informações obtidas junto ao IBC e à ACEVALI para identificar necessidades específicas de vestuário de crianças com deficiência visual, considerando aspectos de funcionalidade, acessibilidade e estética, no contexto do IBC e da região do Vale do Itajaí.

3. Investigar, a partir das percepções de pais/responsáveis e profissionais da área da inclusão, as oportunidades e desafios relacionados à criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário inclusivos no segmento da moda infantil no município de Gaspar–SC.

4. Identificar, com base nas experiências e relatos de pais/responsáveis, o interesse e as demandas do mercado local varejista da moda infantil quanto à comercialização de vestuário com especificidades que atendam crianças com deficiência visual.

5. Sistematizar os resultados obtidos nas entrevistas e apresentá-los à empresa parceira da pesquisa na forma de um manual orientativo, contendo instruções para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário inclusivos voltados ao atendimento do consumidor infantil com deficiência visual, sem compartilhamento de dados individuais ou identificáveis.

1.4 JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa se destaca pela sua relevância diante do expressivo número de crianças afetadas pela deficiência visual. Os relatórios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (Brasil, 2023) apontam que há aproximadamente 18,6 milhões de pessoas de 2 anos ou mais, o que corresponde à 8,9% da população nessa condição, evidenciando a necessidade de iniciativas que promovam sua inclusão e autonomia. O desenvolvimento de produtos de vestuário acessíveis pode impactar significativamente a qualidade de vida dessas crianças, proporcionando maior independência e reforçando sua identidade por meio da moda.

Além de sua relevância acadêmica, este estudo tem um impacto significativo no mercado, ao propor sugestões para a criação e divulgação de produtos acessíveis, contribuindo para um setor de moda infantil mais inclusivo. Socialmente, busca garantir que crianças com deficiência visual tenham acesso a vestuário funcional e representativo, fortalecendo sua autonomia e autoestima. Do ponto de vista científico, a pesquisa expande o campo da moda inclusiva ao aprofundar questões relacionadas ao design, acessibilidade e estratégias de comunicação voltadas para esse público, alinhando-se às discussões contemporâneas sobre diversidade e inclusão no mercado de vestuário.

A escolha do tema “Moda Inclusiva para crianças com deficiência visual” está diretamente relacionada à experiência pessoal da pesquisadora visto que seus familiares se encontram no contexto de pessoas com deficiência visual, classificados como pessoas com baixa visão. Sua vivência diária ao longo dos anos também contribuiu para a construção de conhecimentos empíricos sobre o tema, fortalecendo seu interesse em promover maior acessibilidade na moda infantil.

Durante sua graduação em Design de Moda, a autora desenvolveu a pesquisa intitulada *“Além do Olhar: Independência no vestir para pessoas com perda visual”*, o que despertou um interesse mais profundo pela inclusão na moda e motivou a ampliação dos estudos para o público infantil, contribuindo com sua trajetória acadêmica.

1.4.1 Conexão com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

A presente pesquisa alinha-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos pela Organização das Nações Unidas (ONU) na Agenda 2030, contribuindo para a promoção de ações que visam à inclusão, à equidade e à inovação social. Ao investigar a criação, o desenvolvimento e a divulgação de produtos de vestuário voltados a crianças com deficiência visual, a pesquisa atua diretamente na promoção de práticas mais acessíveis e responsáveis no setor da moda infantil.

Destacam-se, entre os 17 objetivos, as seguintes ODS diretamente relacionados à proposta do estudo:

1. **ODS 3- Saúde e Bem Estar:** Ao considerar aspectos como conforto sensorial, autonomia no vestir e segurança no uso do vestuário, o projeto contribui para o bem-estar físico e emocional dessas crianças, ampliando sua qualidade de vida.
2. **ODS 4 - Educação de qualidade:** ao considerar a criança com deficiência visual como sujeito ativo no processo de aprendizagem e desenvolvimento sensorial, o projeto estimula a criação de produtos que respeitem sua autonomia e promovam experiências cognitivas, lúdicas e educativas por meio do vestuário.
3. **ODS 10 - Redução das desigualdades:** ao propor orientações inclusivas para a indústria da moda infantil, a pesquisa contribui para a valorização da diversidade corporal e sensorial na infância, promovendo o acesso igualitário a produtos adequados às necessidades específicas desse público.
4. **ODS 12 - Consumo e produção responsáveis:** ao dialogar com empresas locais e investigar possibilidades de inovação inclusiva, o projeto incentiva práticas conscientes no desenvolvimento de produtos, respeitando princípios

de sustentabilidade social e de responsabilidade com os públicos historicamente excluídos do mercado de consumo.

1.5 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Em termos de sua natureza, a pesquisa é considerada aplicada, focando na geração de conhecimento com aplicabilidade prática e na resolução de problemas específicos. A abordagem metodológica adotada para a pesquisa é qualitativa, uma vez que se baseia em análises e discussões aprofundadas sobre o tema, integrando diversas áreas do conhecimento e não envolvendo a manipulação de dados numéricos.

Em relação ao objetivo trata-se de uma pesquisa descritiva. O resumo da classificação da pesquisa em relação ao caminho metodológico (Quadro 1), conforme descrito anteriormente.

Quadro 1 - Classificação da pesquisa

Natureza da pesquisa	Aplicada
Quanto à abordagem do problema	Qualitativa
Quanto à abordagem do objetivo	Descritiva
Procedimentos técnicos	Pesquisa bibliográfica Entrevista com os gestores da marca
Local	Pesquisa de campo: Indústria do vestuário infantil

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

Este trabalho segue uma estrutura composta por uma introdução, três capítulos principais, considerações finais, referências e apêndices. Abaixo está um resumo geral de cada capítulo:

Capítulo 1 - **Introdução:** Contextualiza o tema, define o problema, estabelece o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa, justifica a escolha do tema, discute sua relevância, detalha as metodologias utilizadas e apresenta a estrutura da dissertação.

Capítulo 2 - **Fundamentação teórica:** Explora os conceitos essenciais desta pesquisa, incluindo, moda inclusiva, tecnologias assistivas, métodos táteis. Este capítulo oferece fundamentos teóricos que sustentam a consecução dos objetivos da dissertação.

Capítulo 3 - **Procedimentos metodológicos:** Descreve as etapas da pesquisa realizada para desenvolver sugestões de elaboração e implementação das estratégias na Empresa Alemara Malhas.

Capítulo 4 - **Resultados:** Apresenta os resultados da pesquisa de campo e a proposta contendo as etapas da pesquisa realizada para desenvolver as instruções de elaboração e implementação das estratégias na Empresa Alemara Malhas.

Capítulo 5 - **Considerações finais:** Oferece as conclusões finais do estudo.

Referências: Lista das fontes de pesquisa consultadas.

Apêndice A: Roteiro da entrevista utilizada na pesquisa de campo.

Anexo A: Termo de Consentimento.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico teve como objetivo desenvolver os fundamentos básicos para a construção da dissertação. Inicialmente foram abordados os conhecimentos sobre: A moda infantil no estado de Santa Catarina, Cenário das pessoas com Deficiência visual, Métodos Táteis, Metodologias projetuais de design e moda, Estratégias de Marketing para a Moda Infantil Inclusiva como mostra a Figura 1.

Dessa forma, os conceitos apresentados ao longo deste capítulo ofereceram as bases necessárias para compreender a proposta da pesquisa e suas diretrizes metodológicas.

Figura 1 - Fundamentação teórica



Fonte: Elaborada pela autora (2026).

Descrição da Imagem: Imagem organizada em seis colunas horizontais paralelas, dispostas lado a lado sobre fundo claro. Cada coluna apresenta um título numerado na parte superior, seguido de sub tópicos listados em formato hierárquico. Fim da descrição.

A seguir, detalha-se os procedimentos adotados para o desenvolvimento do estudo, bem como os instrumentos e critérios utilizados na coleta e análise dos dados.

2.1 A MODA INFANTIL NO ESTADO DE SANTA CATARINA

O objetivo deste tópico foi apresentar a produção e comercialização da moda infantil no Estado de Santa Catarina.

Após enfrentar desafios significativos nos últimos anos como os impactos da pandemia, a escassez de insumos, a queda no poder de compra da população e o aumento das compras em plataformas internacionais, a indústria de vestuário e acessórios em Santa Catarina apresentou sinais de recuperação (Negócios - SC, 2025). De acordo com dados do IBGE, o setor registrou quedas de 3,1% em 2022 e 9,2% em 2023, mas voltou a crescer em 2024, com uma alta de 10,3% em relação ao ano anterior.

O comércio varejista também acompanhou essa tendência positiva (Negócios - SC, 2025), com um aumento de 5,1% nas vendas de tecidos, roupas e calçados no estado, superando tanto a média nacional (2,9%) quanto o desempenho local de 2023, que havia apresentado retração de 6,1%.

Esses dados indicam uma retomada significativa da indústria da moda em Santa Catarina, especialmente no segmento infantil, reforçando a resiliência e a capacidade de adaptação do setor. Com o mercado em recuperação, torna-se ainda mais relevante refletir sobre como a inovação e a inclusão podem fortalecer esse crescimento. A seguir, será discutida a importância de considerar a acessibilidade no desenvolvimento de produtos de moda infantil.

2.1.1 Regiões e municípios catarinenses produtores de moda infantil

A região do Vale do Itajaí, em Santa Catarina, tem se consolidado como um dos principais polos industriais do Brasil, destacando-se na geração de empregos no setor (*Usefashion*, 2021; Incofios, 2024). Entre janeiro e agosto de 2024, foram criadas mais de 13 mil vagas formais na indústria, resultado que posiciona a região

como a segunda maior do país nesse indicador, atrás apenas da Região Metropolitana de São Paulo.

Dentro desse contexto, o setor têxtil exerce um papel estratégico, com destaque para municípios como Blumenau e Itajaí, que lideraram contratações industriais, especialmente nas áreas de confecção e produtos têxteis (Incofios, 2024). A continuidade desse desempenho reafirma a relevância histórica e econômica da indústria têxtil na região e sua capacidade de adaptação frente aos desafios do mercado nacional.

2.1.2 Gaspar- Capital nacional da moda Infantil

O município de Gaspar, em Santa Catarina, destaca-se atualmente como um dos principais polos de produção de moda infantil no Brasil, sendo responsável por atender mais da metade da demanda dos grandes magazines nacionais (SENADO FEDERAL, 2022) . Em 2020, recebeu oficialmente o título de Capital Catarinense da Moda Infantil, reconhecimento que impulsionou setores como o turismo, o comércio local e a geração de emprego e renda.

Apesar da expressiva concentração de confecções voltadas ao vestuário infantil, observa-se que o segmento de moda inclusiva ainda é pouco explorado na região, o que revela uma lacuna significativa, sobretudo em um município referência no setor têxtil voltado à infância.

O município integra o polo têxtil de Blumenau e emprega cerca de 8 mil trabalhadores no setor, que representa quase 40% do PIB local. Atualmente, Gaspar abriga mais de 870 empresas de confecção, das quais aproximadamente 60% são voltadas à moda infantil (BRASIL, 2022). Destaca-se ainda a criação da Rota da Moda Infantil, que impulsionou significativamente a produção local.

Em 2018 (Portela, 2022), o município foi responsável pela fabricação de 1,5 bilhão de peças, o que correspondeu a cerca de 50% da moda infantil comercializada em todo o território nacional. Na sequência busca-se conhecer

2.1.3 Moda Infantil na contemporaneidade

O segmento de moda infantil apresenta características favoráveis do ponto de vista mercadológico, especialmente devido à constante necessidade de reposição de vestuário por parte do público-alvo, que compreende bebês, crianças e adolescentes em fase de crescimento contínuo. Esse fator contribui para uma demanda regular por novas peças e acessórios. Segundo dados do Instituto de Estudos e Marketing Industrial (IEMI), em 2020, a produção nacional de artigos de moda voltados ao público infantil e bebê atingiu aproximadamente 1,2 bilhão de unidades.

O setor de moda infantil no Brasil tem apresentado crescimento contínuo, com expansão média anual de 5,8% e participação de 16% dentro da indústria têxtil nacional, conforme dados da Abit (2017).

Considerando que o Brasil figura entre os cinco maiores produtores têxteis do mundo, o setor configura-se como um campo estratégico para o surgimento de novos empreendimentos. Nesse contexto, destaca-se a predominância de micro e pequenas empresas, que representam a ampla maioria dos CNPJs ativos na cadeia da moda, segundo levantamento do Sebrae (2024).

Esse nicho representa uma importante oportunidade para novos empreendedores, especialmente os de micro e pequeno porte, que compõem cerca de 90% das empresas do setor (Sebrae, 2022). Além disso, o consumo de roupas infantis é impulsionado não apenas pelos pais, mas também por tios, avós e padrinhos, o que evidencia a força desse mercado cada vez mais dinâmico.

Além disso, o perfil do consumidor infantil foi alterado, segundo Leal (2023), as crianças estão mais conectadas e influenciam diretamente nas decisões de compra, sendo necessário que os novos investimentos se adaptem às novas preferências e comportamentos. “Se antes a decisão de compra era apenas dos pais, agora as crianças estão cada vez mais participativas. Por isso, investimos em criatividade, estampas e modelagens diferenciadas, além da excelência em acabamentos.”

Destaca-se, a partir da afirmação acima, o potencial de consumo do público infantil, que devido ao acesso às redes, são influenciados por celebridades e

personagens. Com isso, as marcas têm buscado estratégias que alinham estilo, conforto e identidade para atender a esse público cada vez mais exigente e participativo.

Nesse contexto, surge a importância do investimento na moda inclusiva, que propõe o desenvolvimento de produtos que considerem as diferentes necessidades físicas, sensoriais e cognitivas, promovendo a equidade e a participação plena no universo da moda.

2.1.4 Moda inclusiva

A moda inclusiva é uma abordagem do design de vestuário que busca garantir que pessoas com diferentes tipos de deficiência ou necessidades específicas tenham acesso a roupas funcionais (Brogin, 2015).

Jesus (1996) reforça a importância do vestuário no aprendizado de crianças com deficiência visual, uma vez que este se insere no âmbito das práticas da vida diária, fundamentais para o desenvolvimento da autonomia e independência. Nesse contexto, a PEVI (será aprofundado na seção) sistematiza atividades relacionadas ao vestuário que contribuem para esse processo, como brincar com bonecas despiando-as e vestindo-as, despir-se e vestir-se, desatar cordões de sapatos, calçar meias e sapatos, entre outras ações que favorecem a aquisição de habilidades para o cotidiano.

Essas habilidades táteis segundo enfatiza Bononi (2016), ressalta que o quando aprimoradas são fundamentais, pois a familiaridade com diferentes superfícies e estruturas contribui para a construção gradual de técnicas de reconhecimento sensorial. Assim, a moda inclusiva não apenas atende às necessidades funcionais, mas também atua como ferramenta de aprendizado e autonomia para essas crianças.

Segundo Brogin e Schemes (2024), a moda inclusiva desempenha diferentes funções importantes. A acessibilidade está relacionada à capacidade de a pessoa com deficiência acessar, compreender e utilizar o vestuário de maneira adequada. Entende-se por autonomia a possibilidade de que o indivíduo escolha e vista suas roupas por conta própria, reduzindo a necessidade de assistência.

Neste sentido, apresenta-se o projeto Costuras do Imaginário, fundado em 2016, uma iniciativa de empreendedorismo social voltada à inclusão de pessoas com deficiência visual, integrando princípios do design inclusivo e da acessibilidade (Costuras do Imaginário, 2025). Com foco em promover autonomia e representatividade para crianças e adultos com deficiência visual, a marca desenvolve produtos que incorporam recursos como escrita em braille destacado na Figura 2, QR Codes e design tátil, possibilitando uma experiência de consumo mais acessível.

Com base no design afetivo, suas criações transcendem a funcionalidade, estimulando uma reflexão crítica sobre a inclusão como um direito universal (Costuras do Imaginário, 2025). Ao propor soluções que visam ampliar a participação de grupos historicamente invisibilizados no mercado, a marca contribui para o fortalecimento de práticas inclusivas no campo do design.

Figura 2 - Moletom infantil com bordados em braille



Fonte: Costuras do Imaginário (2025).

Descrição da Imagem: Duas fotografias lado a lado apresentam moletom infantil vermelho. A vista frontal mostra a palavra "CORAGEM" bordada em branco e inscrição em braille próximo à barra. A vista posterior destaca bordado em braille na parte superior das costas. Os pontos em relevo indicam recurso de identificação tátil. Fim da descrição.

Para que pessoas com deficiência visual tenham seus direitos garantidos em condições de equidade, é fundamental que produtos, serviços, sistemas e políticas

públicas estejam alinhados aos princípios da acessibilidade, conforme estabelece o Art. 74 da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015), detalha-se na seção 2.4.1.

Além disso, segundo Lida e Guimarães, (2016) aspectos como saúde e segurança devem ser considerados no processo de criação, garantindo que as peças não causem desconforto ou riscos ao usuário durante o uso.

A seguir, discute-se critérios que podem ser aplicados especificamente ao design de vestuário infantil inclusivo, considerando aspectos funcionais, estéticos, sensoriais e ergonômicos no processo de desenvolvimento.

2.2 CENÁRIO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), cerca de 2,2 bilhões de pessoas apresentam algum tipo de deficiência visual, relacionada à visão de perto ou de longe. Aproximadamente 1 bilhão desses casos poderia ter sido prevenido ou ainda necessita de tratamento ou de medidas preventivas, demonstrando que grande parte da perda visual permanece potencialmente evitável (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2025).

De acordo com dados do Censo Brasileiro de 2022 (realizado em 2022 em detrimento da pandemia covid 19), do total de 14,4 milhões de pessoas com deficiência com dois anos ou mais de idade, 7,9 milhões apresentavam dificuldade visual, mesmo utilizando óculos ou lentes de contato. Além disso, 5,2 milhões tinham limitações para locomoção, como andar ou subir degraus.

Esta abordagem teórica tem como objetivo conhecer o universo das pessoas com deficiência visual e recursos disponibilizados para auxiliar no seu bem-estar. As crianças, em tese, experienciam a realidade sem o peso das expectativas acumuladas dos adultos, (Miller, 1994). Elas constroem sua autoestima por meio de uma interação segura com o mundo físico e emocional, aprendendo a lidar com suas capacidades e limitações. A importância de uma imagem corporal positiva e confiança em seus movimentos, reflete-se no desenvolvimento saudável e na felicidade infantil, promovendo uma inclusão efetiva e uma melhor qualidade de vida para todas as crianças.

Visando explorar novas experiências reais do contato com o mundo físico, é importante que se incentive as pessoas com deficiência visual a interação com as sensações táteis, pois de acordo com Krone; Oliveira; Rizzi (2020), estas vivências são completamente relevantes e enriquecedoras sendo capazes de estimular o desenvolvimento das habilidades, dos sentidos e da coordenação motora gerando novas aprendizagens.

Desta maneira, entende-se sob a ótica de Maximiliano; Tomasulo, (2013) que estas novas experiências também estão relacionadas ao vestuário, afinal o propósito do vestir vai além do aspecto físico em cobrir o corpo, mas também em se vivenciar novas sensações por meio de elementos como linhas, cores e texturas, razão pela qual existe tamanha importância em desenvolver produtos de moda infantil que traga melhorias e inclusão na experiência do vestir.

No ambiente contemporâneo o setor de desenvolvimento de vestuário ainda necessita de mais técnicas inclusivas, para melhorar a qualidade de vida dessas pessoas no reconhecimento de características existentes nas peças do vestuário, tais como: tamanho, modelo e principalmente as cores. Segundo Marchi (2022), a cor é uma característica fundamental na moda, refletindo estilos de vida e identidades sociais, sendo assim, para pessoas com deficiência visual este ato de identificar as cores se torna um fator impeditivo, pois há cor em diversos contextos. As indústrias brasileiras de vestuário precisam conhecer a legislação brasileira que trata da inclusão de pessoas com deficiência.

2.2.1 Legislação brasileira de inclusão da pessoa com deficiência

Inspirada na Convenção da ONU (Organização das Nações Unidas), sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI-Lei 13.146/2015), também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência, entrou em vigor em 3 de janeiro de 2016. A LBI adapta os princípios internacionais à realidade brasileira, reconhecendo tanto os serviços públicos existentes quanto às necessidades específicas da população nacional.

Segundo Conde (2016), considera-se pessoa com deficiência aquela que possui impedimentos de longo prazo, os quais, ao interagirem com barreiras

diversas, comprometem sua participação plena e igualitária na sociedade. Conforme estabelece o Art. 74 da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015), “é garantido à pessoa com deficiência acesso a produtos, recursos, estratégias, práticas, processos, métodos e serviços de tecnologia assistiva que maximizem sua autonomia, mobilidade pessoal e qualidade de vida”. Nesse contexto, o vestuário pode ser compreendido como um recurso de tecnologia assistiva quando desenvolvido com foco na usabilidade, acessibilidade e promoção da independência infantil.

Conforme destaca Jesus (1996), o aprendizado relacionado ao ato de vestir-se adequadamente, cuidar da aparência pessoal e realizar tarefas de forma autônoma constitui parte importante do processo educativo e de reabilitação de pessoas com deficiência visual. Estratégias voltadas ao reconhecimento, à organização e à utilização das peças de vestuário contribuem não apenas para a independência funcional, mas também para a participação social, o desenvolvimento da autoconfiança e a melhoria da qualidade de vida.

2.2.1.1 Novo Plano Viver Sem Limite

Em consonância com os princípios estabelecidos pela Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015), o Governo Federal retomou e ampliou, a partir de 2023, o Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência, Novo Viver sem Limite, coordenado pelo Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania.

Fundamentado nos princípios da igualdade, da não discriminação e da participação social, o plano reafirma o lema do movimento internacional das pessoas com deficiência, “*Nada sobre nós, sem nós*”, destacando a importância da participação ativa desse público na formulação e implementação de políticas públicas voltadas à promoção da autonomia e da inclusão social (Brasil, 2024).

O plano organiza suas ações a partir de quatro eixos estratégicos, que orientam metas e investimentos públicos voltados à eliminação de barreiras e à ampliação da acessibilidade:

1. **Gestão e participação social:** fortalecimento de mecanismos de governança, monitoramento e participação social nas políticas públicas voltadas às pessoas com deficiência.
2. **Enfrentamento ao capacitismo e à violência:** ações destinadas à promoção de direitos, combate à discriminação e proteção contra violações de direitos humanos.
3. **Acessibilidade e tecnologia assistiva:** ampliação do acesso a recursos de tecnologia assistiva, conforme definido no art. 3º, inciso III, da Lei nº 13.146/2015 (Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência), implementação de salas de recursos multifuncionais nas escolas, disponibilização de dispositivos assistivos e investimentos em soluções que favoreçam autonomia e participação social.
4. **Promoção do direito à educação, à assistência social, à saúde, e aos demais direitos econômicos, sociais, culturais e ambientais:** iniciativas voltadas à ampliação do acesso à educação, saúde, assistência social, cultura e mercado de trabalho para pessoas com deficiência (grifo da autora).

Nesse contexto, o plano evidencia o compromisso do Estado brasileiro com a promoção de políticas públicas intersetoriais que ampliem a autonomia e a participação social das pessoas com deficiência, reforçando a importância da tecnologia assistiva e da acessibilidade como instrumentos fundamentais para a construção de uma sociedade mais inclusiva (Brasil, 2024).

Para a implementação dessas diretrizes, o Plano Novo Viver sem Limite prevê a destinação de recursos públicos específicos para ações voltadas à promoção dos direitos das pessoas com deficiência (Brasil, 2023). As diferentes pastas envolvidas no plano reservaram dotação orçamentária destinada exclusivamente à execução das iniciativas previstas, estabelecendo mecanismos de controle e justificativa prévia para eventuais remanejamentos desses recursos.

Entre as ações financiadas destacam-se investimentos na ampliação do acesso à tecnologia assistiva, no fortalecimento da educação inclusiva, na implementação de infraestrutura acessível e no desenvolvimento de programas voltados à autonomia e à participação social das pessoas com deficiência (Brasil, 2023).

O Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) inaugurou, em 31, de maio de 2026 (Brasil, 2026), o primeiro Centro de Acesso, Pesquisa e Inovação em Tecnologia Assistiva (Capta), instalado no Instituto Benjamin Constant (IBC), no Rio de Janeiro (RJ). A iniciativa tem como objetivo constituir um espaço voltado ao estímulo da pesquisa, do desenvolvimento e da articulação entre instituições dedicadas à produção de tecnologias assistivas, funcionando como um ambiente de integração e fomento à inovação nessa área.

Nesse contexto, o investimento público assume papel estratégico na redução de barreiras sociais e na promoção de condições equitativas de acesso a direitos fundamentais.

Para isso, é essencial compreender as particularidades da deficiência visual na infância, tema abordado na próxima seção.

2.2.2 Deficiência Visual na infância

A definição de deficiência visual baseada em parâmetros de acuidade e campo visual, amplamente difundida no Brasil desde o Decreto nº 5.296/2004, ainda é utilizada como referência técnica em diversos estudos. No entanto, atualmente, a compreensão da deficiência também se fundamenta na Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146/2015), que adota uma perspectiva ampliada e biopsicossocial, além de dialogar com as classificações internacionais da Organização Mundial da Saúde.

Nesse contexto, a deficiência visual pode ser compreendida a partir de diferentes níveis de comprometimento da função visual, incluindo a cegueira e a baixa visão. A cegueira é caracterizada pela acuidade visual igual ou inferior a 0,05 no melhor olho, mesmo com a melhor correção óptica. Já a baixa visão corresponde a valores de acuidade visual situados entre 0,3 e 0,05 no melhor olho, também com o uso de correção óptica adequada.

Além disso, enquadram-se nesse conceito os casos em que a soma do campo visual em ambos os olhos é igual ou inferior a 60 graus.

Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), define-se como cegueira situações em que há a completa perda de visão e baixa visão em casos em que exista apenas algum resíduo visual (IFPB, 2018). A baixa visão não se enquadra na cegueira e nem na visão considerada normal, podendo se manifestar de formas variadas entre as pessoas que a possuem, fazendo com que a forma que enxerguem apresente diferentes graus de nitidez e percepção.

A Organização Mundial da Saúde (OMS, 2019) aponta que mais de um bilhão de casos de deficiência visual poderiam ter sido evitados ou tratados, principalmente aqueles relacionados ao glaucoma e à catarata não diagnosticados precocemente. Fatores como o envelhecimento populacional, mudanças no estilo de vida e a limitação no acesso a cuidados oftalmológicos, especialmente em países de baixa e média renda, contribuem significativamente para esse cenário.

A OMS (2019), destaca a importância de integrar os cuidados oftalmológicos nos sistemas nacionais de saúde como estratégia fundamental para alcançar a cobertura universal. Além disso, condições como a miopia em crianças têm sido associadas ao tempo reduzido em ambientes externos, evidenciando a necessidade de políticas preventivas e educativas.

A visão é um dos sentidos que exerce papel fundamental no desenvolvimento infantil, em aspectos como físico, motor e cognitivo das crianças, influenciando diretamente sua comunicação e interação social, uma vez que muitos comportamentos são aprendidos por meio da observação (Brasil, 2013). Deste modo, crianças acometidas de deficiência visual, cegueira ou baixa visão, têm prejuízo em suas atividades e tarefas diárias que seriam desenvolvidas de forma recorrente por crianças de mesma idade sem deficiência visual.

2.2.2.1 Práticas Educativas para uma Vida Independente- PEVI

As Práticas Educativas para uma Vida Independente (PEVI), constituem um conjunto de estratégias pedagógicas destinadas a promover a autonomia funcional, social e cotidiana de pessoas com deficiência visual (IBC, 2026). Seu propósito

central é estimular a independência nas atividades diárias, contribuindo para a participação social, o fortalecimento da autoconfiança e o aumento da segurança nas ações do cotidiano.

No Instituto Benjamin Constant (IBC, 2026), a PEVI é adotada como uma abordagem educacional que apoia o desenvolvimento de habilidades práticas em crianças, jovens e adultos com deficiência visual, considerando suas especificidades sensoriais e modos próprios de aprendizagem, especialmente no que se refere às atividades da vida diária.

Nesse contexto, diferentes áreas da vida cotidiana são mobilizadas como conteúdo pedagógico, incluindo alimentação, higiene, vestuário, saúde, segurança e atividades domésticas (Jesus, 1996). Essas dimensões são trabalhadas de forma integrada, visando ao desenvolvimento progressivo da independência, da organização pessoal e da participação social.

O aprendizado nessas áreas possibilita que a criança ou adulto, compreenda e execute tarefas essenciais do cotidiano com maior segurança e autonomia, assim como, as ferramentas e tecnologias assistivas que serão apresentadas a seguir.

2.3 FERRAMENTAS E TECNOLOGIAS ASSISTIVAS PARA A ACESSIBILIDADE DAS PESSOAS CEGAS OU COM BAIXA VISÃO

Para oportunizar a acessibilidade foram desenvolvidas ferramentas e tecnologias com vistas a acessibilidade para pessoas cegas ou com baixa visão, que facilita o acesso à informação e consequentemente a inclusão. Esse tipo de apoio é compreendido como Tecnologias Assistivas.

As Tecnologias Assistivas (TAs) são recursos que contribuem para ampliar habilidades funcionais comprometidas ou permitir a execução de atividades que estão limitadas em razão de deficiências ou do processo de envelhecimento (Bersch, 2013). “A Tecnologia Assistiva é uma alternativa que visa promover por meio de artefatos e serviços, melhor qualidade de vida e independência à Pessoa com Deficiência” (Andrade *et al.* 2021).

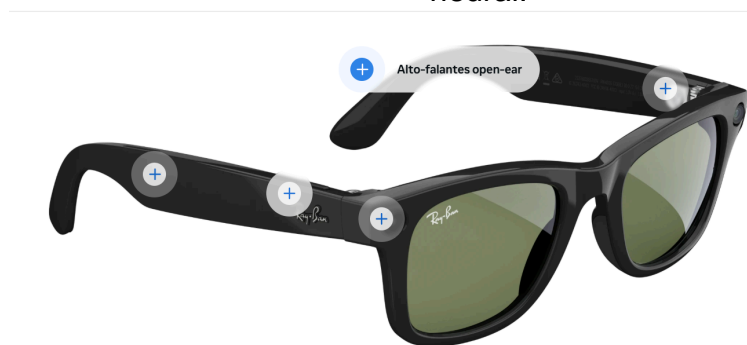
Esses recursos são itens ou sistemas, padronizados ou personalizados, que contribuem para ampliar ou manter as habilidades funcionais de pessoas com

deficiência (Sartoretto; Bersch, 2025). Os recursos incluem: bengala, brinquedos e roupas adaptadas, computadores, softwares e hardwares especiais, que contemplam questões de acessibilidade, dispositivos para adequação da postura sentada, recursos para mobilidade manual e elétrica, equipamentos de comunicação alternativa, chaves e acionadores especiais, aparelhos de escuta assistida, auxílios visuais, materiais protéticos e milhares de outros itens confeccionados ou disponíveis comercialmente.

O dispositivo combina recursos como captura de imagens e vídeos em primeira pessoa, reprodução de áudio por condução aberta, comandos de voz e interação com inteligência artificial integrada, permitindo que o usuário realize atividades sem a necessidade de utilizar diretamente um smartphone (Meta, 2023).

Além da proposta tecnológica, o produto busca manter características estéticas semelhantes aos óculos convencionais, aproximando inovação e uso cotidiano em um único artefato vestível. Neste contexto, apresenta-se os óculos tecnológicos da Meta (Figura 3), desenvolvidos em parceria com a Ray-Ban, representam uma integração entre tecnologia vestível, comunicação e experiência cotidiana.

Figura 3 – Óculos inteligentes com integração entre realidade assistida e interface neural.



Fonte: Adaptado de Meta, (2023).

Descrição da Imagem: Imagem óculos modelo e marca Ray-ban, armação preta, lente escura, algumas marcações, onde pontos de tecnologia são destacados, por exemplo, ponto do alto falante. Fim da descrição.

Diante do exposto, o modelo amplia as possibilidades de interação diária por meio da integração entre realidade assistida e interfaces vestíveis, permitindo

visualizar mensagens, realizar videochamadas, acompanhar legendas em tempo real e pré-visualizar registros fotográficos diretamente no campo de visão do usuário. O controle das funções ocorre por meio de uma pulseira neural, capaz de interpretar movimentos e gestos para interação com o dispositivo (Giannini, 2025).

Embora os óculos inteligentes da Meta não tenham sido concebidos originalmente como um recurso de Tecnologia Assistiva, suas funcionalidades podem contribuir para acessibilidade e autonomia em determinados contextos de uso. Recursos como comandos por voz, captura de imagens, descrição de elementos do ambiente por inteligência artificial e acesso auditivo às informações permitem que o dispositivo seja utilizado como apoio funcional por pessoas com deficiência visual, aproximando-se do conceito de Tecnologia Assistiva ao favorecer independência, participação e acesso à informação.

Segundo os autores Sartoretto e Bersch, (2025), destacam-se ainda os serviços de tecnologia assistiva que consistem no suporte profissional oferecido à pessoa com deficiência para auxiliá-la na escolha, aquisição e uso adequado de recursos assistivos. Esses serviços incluem atividades como avaliação, testes e treinamentos, sendo realizados de forma transdisciplinar por especialistas de diferentes áreas, como fisioterapia, terapia ocupacional, fonoaudiologia, educação, psicologia, enfermagem, medicina, engenharia, arquitetura e design.

Diante do cenário apresentado, a tecnologia assistiva objetiva promover mais independência, bem-estar e inclusão social para a pessoa com deficiência, ampliando suas possibilidades de comunicação, mobilidade, aprendizado, atuação profissional e interação com o meio em que vive. Apresenta-se na sequência algumas destas ferramentas.

2.3.1 Sistema braille

O sistema braille é um método de leitura e escrita tátil para as pessoas cegas desenvolvido por Louis Braille (IBC, 2022).

A possibilidade de acesso independente à informação proporciona, nas pessoas com deficiência visual, a sensação de autoestima e autoconfiança.

2.3.2 Audiodescrição

O ato de comprar é um hábito comum e cotidiano, no entanto este momento em aderir novas coisas torna-se cheio de obstáculos para pessoas com deficiência visual.

Neste contexto, a fim de proporcionar melhorias do problema em questão, diversas pesquisas têm sido desenvolvidas em setores diferenciados e assim somatizam soluções efetivas para este público. Tais iniciativas buscam promover a acessibilidade e a inclusão, especialmente no que se refere à experiência de compra, tanto em ambientes físicos quanto virtuais.

Em lojas físicas, é comum que os indivíduos com deficiência visual ao serem atendidos listem ao vendedor o que deseja encontrar ali, aspectos como cores das peças, tamanho bem como seja descrito o modelo da peça e seus detalhes específicos.

Neste sentido Sousa e Silveira (2023) enfatizam que “Promover a inclusão da pessoa com deficiência visual no universo da moda é muito mais que adaptar uma peça de roupa. Promover a inclusão é pensar na moda, planejar estilos e executar as tendências para todos, de forma universal.” Deste modo, alguns recursos possibilitam a facilitação do momento da compra deste público, apresenta-se em seguida a Audiodescrição.

A audiodescrição é um recurso de acessibilidade que visa ampliar a compreensão de pessoas com deficiência visual em diversos contextos culturais, sejam eles gravados ou ao vivo (Motta; Romeu Filho, 2010). Esse recurso utiliza informações sonoras para descrever elementos visuais presentes em atividades como aulas, palestras, seminários, congressos, feiras, entre outros, como representado na Figura 5, promovendo assim uma participação mais plena e informada desses indivíduos.

Figura 5 - Logomarca da seção de Audiodescrição



Fonte: Centro de Tecnologia em Acessibilidade (CTA) do IFRS (2018).

Descrição da Imagem: Logotipo com as letras “AD” em destaque, sendo a letra “A” em vermelho e a letra “D” em preto. À direita da sigla, três linhas curvas representam ondas sonoras. Abaixo, a expressão “AUDIODESCRIÇÃO” aparece em letras maiúsculas, com a palavra “DESCRIÇÃO” em vermelho, sobre fundo claro. Fim da descrição.

A audiodescrição parte do princípio de que tudo o que é visualmente perceptível pode ser verbalmente descrito, proporcionando às pessoas com deficiência visual o acesso a informações contidas em imagens.

Conforme apontado por Araújo, Carvalho; Praxedes Filho (2013), trata-se de uma forma de tradução Intersemiótica que converte elementos visuais em linguagem verbal. Suas descrições ocorrem nos intervalos entre diálogos e sons relevantes, evitando sobreposição, e devem ser sempre claras, objetivas e isentas de interpretações subjetivas, garantindo fidelidade ao conteúdo original.

2.3.3 Habilidades Cognitivas Táteis: Little Room como recurso

O desenvolvimento de habilidades cognitivas e táteis se inicia ainda na infância possibilitando a percepção espacial de objetos, exploração de espaços, superfícies e conectando-se às outras habilidades intrínsecas da infância. Neste contexto, proporciona-se aprendizado por meio destas interações, no entanto diante da realidade da deficiência visual, sabe-se da existência do comprometimento da aprendizagem, caso estas habilidades não sejam devidamente estimuladas.

Diante do contexto apresentado, toma-se como base de investigação as

contribuições da Dra. Lilli Nielsen, cujas pesquisas enfatizam a importância da aprendizagem ativa para crianças com deficiência visual e múltiplas deficiências (Mendes, 2015). Entre suas principais propostas, destacam-se a criação do *Little Room* (Pequeno Quarto) desenvolvido como recurso para estimular experiências sensoriais significativas.

O *Little Room* é um “mini” ambiente que permite à criança brincar e explorar, sem distração ou interferências. Em suas pesquisas, Nielsen (2004) passou 3 anos investigando o design do ambiente proposto, pois é fundamental pesquisar e testar o tamanho e o design do *Little Room* para garantir que a criança consiga tocar nas paredes.

Os elementos devem ser feitos de materiais como madeira, metal e tecido, com objetos sensoriais suspensos por cordas elásticas, facilitando o acesso e a exploração (Nielsen, 2004). Ao serem tocados, esses objetos retornam à posição original, permitindo que a criança repita a ação, o que contribui para a construção de sua memória.

Esta experiência funciona como uma ferramenta estratégica que conecta os âmbitos da inclusão bem como do design, como exposto na Figura 6.

Figura 6- *Little Room*



Fonte: Active Learning Space (2025).

Descrição da Imagem: Fotografia de uma criança sentada no interior de uma estrutura cúbica metálica, conhecida como Little Room. Diversos objetos coloridos e de diferentes texturas estão suspensos ao redor, pendurados por fios, ao alcance das mãos. A criança interage com um dos objetos laterais, explorando o ambiente por meio do toque. A estrutura está posicionada sobre piso de madeira em ambiente interno. Fim da descrição.

Esses instrumentos possibilitam que a criança interaja de forma autônoma com o ambiente, promovendo o desenvolvimento de habilidades cognitivas, táteis e perceptivas por meio da exploração ativa do espaço e dos objetos ao seu redor.

Partindo da premissa do uso do *Little Room* como recurso adaptado para o desenvolvimento das habilidades táteis no contexto do vestuário, torna-se possível a criação de ambientes lúdicos que contribuam para o processo de aprendizagem e percepção tátil, fortalecendo a relação com o ato de vestir.

Neste âmbito, um ambiente lúdico e preparado de forma estratégica, pensado para além da decoração pode ser aplicado como excelente ferramenta de marketing para a promover a inclusão.

2.3.4 Métodos táteis

Apresenta-se nesta seção alguns dos métodos táteis já existentes que tornam as cores acessíveis, para pessoas com deficiência visual.

2.3.4.1 Método Feelipa

Com o propósito de solucionar este problema de identificação das cores, a designer portuguesa Filipa Nogueira Pires criou o sistema de cores *Feelipa Color Code* em 2009, com o objetivo de tornar as cores acessíveis a um maior número de pessoas, especialmente aquelas com deficiência visual (Solino; Fernandes; Pinheiro, 2019). O código utiliza formas geométricas universais em alto relevo para facilitar a associação e o reconhecimento tátil das cores, aumentando assim a autonomia dos deficientes visuais.

Em 2009, Filipa iniciou sua pesquisa durante o mestrado em Design de Produto na FA-UTL (Medola; Paschoarelli, 2018). O principal objetivo era tornar as cores acessíveis, especialmente para pessoas com deficiência visual, alcançando assim um público ainda mais amplo.

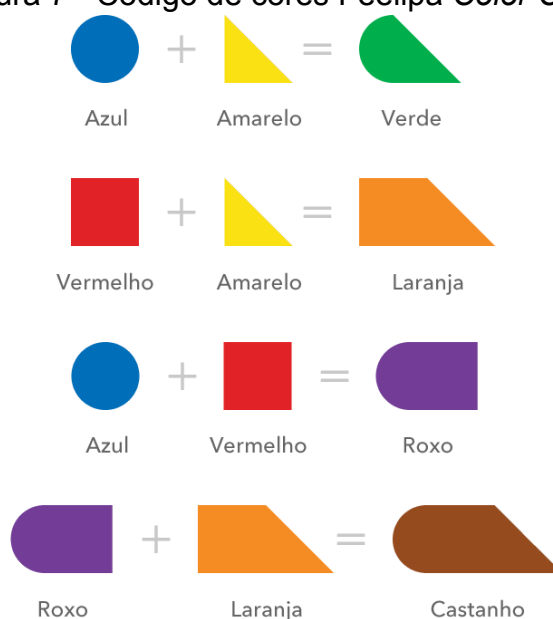
As cores primárias são identificadas por formas específicas (quadrado, triângulo e círculo), (Krone; Oliveira; Rizzi, 2020), enquanto preto e branco são

representados por traços. O método Feelipa baseia-se na simulação da mistura de cores, utilizando formas geométricas para representar cada cor, na Figura 16, apresenta-se a lógica que fundamenta o método Feelipa, estruturada a partir da simulação da mistura de cores.

As cores primárias, vermelho, amarelo e azul, são representadas respectivamente, pelas formas geométricas quadrado, triângulo e círculo. Já as cores preta e branca são simbolizadas por três traços e um traço, respectivamente. A combinação dessas formas permite estabelecer uma analogia direta entre formas e cores, facilitando a identificação tátil por pessoas com deficiência visual.

A junção das formas primárias cria as cores secundárias, como por exemplo o verde, simbolizada por uma forma resultante da união do triângulo e do círculo, a adição de traços às formas representa a mistura de branco ou preto como visto na figura 7.

Figura 7 - Código de cores Feelipa *Color Code*.



Fonte: Feelipa (2014).

Descrição da imagem: Diagrama do código de cores Feelipa, que apresenta combinações entre cores primárias e secundárias por meio de formas geométricas. A imagem mostra relações como: azul + amarelo = verde; vermelho + amarelo = laranja; azul + vermelho = roxo; e roxo + laranja = castanho. Cada cor é representada por uma forma específica, indicando um sistema visual e tátil de identificação e combinação de cores. Fim da descrição.

As cores secundárias resultam da combinação dessas formas, simulando a mistura cromática por sobreposição de símbolos. Já o preto e o branco são representados por traços, funcionando como referências neutras no sistema. Dessa forma, o método cria uma lógica tátil de associação e combinação das cores por meio de códigos geométricos.

Na Figura 8, é apresentado um exemplo de como o método Feelipa pode ser aplicado em objetos, assim cada cor acompanha sua respectiva forma.

Figura 8- Código de cor Feelipa aplicado a um objeto



Fonte: Facebook Feelipa (2017).

Descrição da imagem: Imagem de um objeto (saco de tecido na cor roxa) aplicado com o código de cores Feelipa. Na superfície do saco há uma forma geométrica em tom mais escuro de roxo, representando a identificação tátil e visual da cor. No canto superior esquerdo aparece o logotipo do sistema Feelipa Color Code, indicando a aplicação prática do método para reconhecimento de cores em objetos do cotidiano.

Diante do exposto, torna-se possível, por meio do método Feelipa, proporcionar a percepção das cores pelas formas geométricas, estabelecendo uma conexão entre estímulos visuais e táteis que favorecem a identificação e a comunicação visual para pessoas com deficiência. Na sequência, apresenta-se o método *See Color*, como mais uma proposta voltada à representação tátil das cores e à ampliação da experiência sensorial no processo de aprendizagem.

2.3.4.2 Método SEE Color

O *See Color* é um método tátil de leitura de cores desenvolvido com base no sistema braille, voltado à identificação cromática por pessoas com deficiência visual. De acordo com Marchi; Brogin, Okimoto (2022), o *See Color* possibilita que as cores sejam reconhecidas por meio de sinais em alto relevo. A criação do método surgiu a partir de uma pesquisa sobre Tecnologia Assistiva, cujo objetivo é favorecer ou ampliar as habilidades funcionais de pessoas com deficiência, promovendo sua autonomia e inclusão social. Durante o processo investigativo, a autora percebeu que o braille tradicional seria pouco viável para uso em etiquetas de roupas, devido ao comprimento das palavras que representavam as cores. Isso tornava sua aplicação limitada em superfícies pequenas. O *See Color* (2021) utiliza uma estrutura tátil simples e eficaz composta de um ponto central em alto-relevo, uma linha fixa na posição horizontal e uma segunda linha móvel, que pode ser posicionada em diferentes ângulos, de forma semelhante aos ponteiros de um relógio (Figura 9).

Figura 9 - Tabuleiro semelhante a um relógio, para facilitar o aprendizado das cores.



Fonte: *See Color* (2023).

Descrição da imagem: Tabuleiro circular semelhante a um relógio, com marcações distribuídas ao redor de horas. Em cada posição há peças coloridas e em relevo, permitindo a exploração tátil das cores. No centro, há um ponteiro móvel que pode ser girado, auxiliando na associação entre posição, cor e aprendizagem sensorial. Fim da descrição.

A partir dessa constatação, Marchi propôs um sistema compacto, de leitura intuitiva, que pudesse ser facilmente aplicado em diferentes materiais e produtos.

Trata-se de um recurso sensorial que visa facilitar a identificação de cores por meio da percepção tátil.

A leitura dessa representação é favorecida pelo uso de texturas em relevo, permitindo que a identificação ocorra de maneira acessível, intuitiva e funcional para pessoas com deficiência visual.

A primeira é fixa, localizada na base em posição horizontal, orientando a direção da leitura; a segunda é móvel e assume diferentes angulações, representando as cores de forma codificada novamente inspirada nas posições das horas em um relógio conforme explicado pelo *See Color* (2025).

No método *See Color* (2025), a estrutura básica é composta por um ponto central, posicionado no eixo da representação (Figura 10), e duas linhas: uma linha fixa, localizada na base em posição horizontal, que orienta a direção da leitura, e uma linha móvel, que assume diferentes angulações, semelhantes às posições das horas em um relógio, indicando as cores de forma codificada.

Figura 10 - Representação do *See Color* (um ponto, duas linhas e o relevo).



Fonte: *See Color* (2025).

Descrição da imagem: Conjunto de círculos coloridos (vermelho, azul, amarelo, preto e branco), cada um com marcações simples em relevo, como um ponto e linhas em diferentes posições. Fim da descrição.

Conforme explica a autora, o método pode ser utilizado em diversos contextos, desde objetos pessoais, como batons, até itens como sapatos, apresentados na Figura 11.

Figura 11 - Aplicação do See Color em objetos.



Fonte: Revista Reação (2020).

Descrição da imagem: Montagem visual que apresenta a aplicação do sistema See Color em diferentes objetos do cotidiano, como roupas, calçados, cosméticos e etiquetas. Ao lado, aparece uma pessoa utilizando óculos, explorando elementos visuais e táteis. A composição destaca o uso de códigos de cores em produtos diversos, evidenciando a proposta de facilitar a identificação das cores por meio de recursos acessíveis. Fim da descrição.

Outra estratégia existente para facilitar a identificação de cores no vestuário, são as etiquetas em braille apresentadas no próximo tópico.

2.3.4.3 Etiquetas em braille

A utilização de etiquetas têxteis em *braille* configura-se como uma estratégia relevante para promover a acessibilidade de pessoas com deficiência visual às informações contidas nas peças de vestuário. No entanto, sua eficácia está condicionada a alguns critérios, como o domínio prévio do sistema *braille* ou, ao menos, um nível básico de familiaridade com a leitura tátil (Schneider *et al.* 2017). Essa exigência pode representar uma limitação para pessoas que adquiriram a deficiência em fases mais avançadas da vida ou que apresentam comprometimentos sensoriais adicionais, dificultando a leitura das letras em relevo.

Além disso, a exclusividade da escrita em *braille* pode dificultar a leitura por parte de pessoas videntes, como familiares e cuidadores.

Deste modo, Schneider *et al.* (2017) propõem como solução a implementação de etiquetas com informações tanto em *braille* quanto em tinta, ampliando sua acessibilidade para diferentes perfis de usuários.

Apresenta-se a configuração das etiquetas em *braille* na Figura 12.

Figura 12 - Etiqueta Têxtil em *braille*



Fonte: Leite (2011).

Descrição da Imagem: A imagem mostra duas etiquetas têxteis com inscrições em *braille*. As etiquetas são retangulares e possuem acabamento decorativo: uma em tons de azul com a palavra “Blue” e outra em tons de amarelo com a palavra “Yellow”. Ambas apresentam pontos em relevo, permitindo a leitura tátil. Elas estão posicionadas sobre uma superfície clara, destacando os detalhes visuais e táteis. Fim da descrição.

Apesar dessas limitações, a aplicação de etiquetas em *braille* continua sendo uma alternativa viável e benéfica, pois fornece informações fundamentais à autonomia do usuário, como cor da peça, medidas, tipo de tecido e instruções de lavagem contudo, o espaço restrito das etiquetas limita a inserção de todas as informações desejadas.

2.3.4.4 Etiquetas táteis

Diversos estudos investigaram a identificação das cores por pessoas com deficiência visual, evidenciando que cores e desenhos nas estampas são elementos essenciais para a expressão da personalidade e identificação do vestuário por esse público. Contudo, a percepção tátil das informações destaca-se como o principal meio de interação com as roupas.

Visando solucionar parte destas essas necessidades, Turcatto e Silveira, (2019) propuseram protótipos de etiquetas táteis que foram desenvolvidos em parceria com a empresa Tecnoblu, de Santa Catarina, especializada em artigos de identificação para vestuário. Essa colaboração aproxima as demandas dos usuários das possibilidades do mercado, favorecendo o avanço de interfaces inclusivas no setor. Nesse contexto, a pesquisa conduzida pelos autores citados, destaca-se ao abordar etiquetas táteis, principalmente em estampas, como uma solução acessível e funcional para a identificação de roupas por pessoas com deficiência visual.

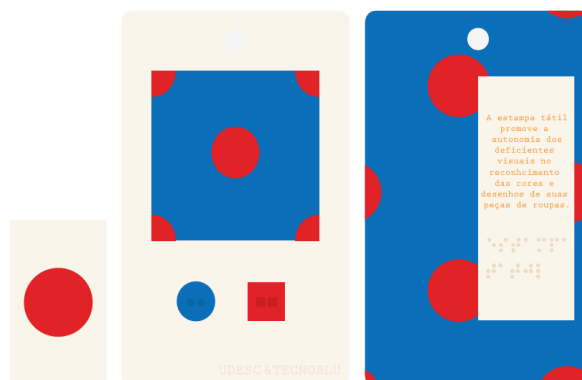
Apresenta-se a combinação de etiqueta interna na qual buscou-se estar presente em todas as etapas de identificação do vestuário, desde o momento da compra até a escolha diária pelas peças, proporcionando autonomia e identidade aos usuários e consumidores. A identificação das cores através das formas geométricas, símbolos reconhecidos pelo mundo, a associação das cores com as formas, explicações relacionais da geometria diante das linhas e ângulos desses elementos (Turcatto; Silveira, 2021). Assim, o código que utiliza das formas geométricas e suas aglutinações se adequou às inclinações do projeto.

A empresa parceira TECNOBLU (Turcatto; Silveira, 2021) foi incluída no processo por meio de entrevista, com o intuito de compreender sua estrutura organizacional, sua capacidade técnica e as possibilidades existentes para o desenvolvimento das etiquetas táteis.

Resultando na criação de *tags* as quais trazem um pequeno texto contextualizando a origem da proposta, além da inscrição em *braille* com o título do projeto: Estampa Tátil (Turcatto; Silveira, 2021). A presença desse texto tem como finalidade apresentar a iniciativa ao público em geral, especialmente àqueles que não enfrentam limitações de percepção visual, contribuindo para ampliar o entendimento e a valorização de ações voltadas à inclusão.

A Figura 13 apresenta o desenho final de como seria a etiqueta detalhando a parte da frente e de trás da etiqueta e seus aspectos táteis e inclusivos.

Figura 13 - Etiqueta Tátil baseado no Método Feelipa



Fonte: Turcatto e Silveira (2021).

Descrição da imagem: A imagem apresenta etiquetas táteis desenvolvidas com base no Método Feelipa, fundo azul com círculos vermelhos. Em uma das etiquetas, há também um espaço com texto explicativo e braille, indicando seu uso para auxiliar pessoas com deficiência visual na identificação de cores e peças de roupa. Fim da descrição.

A Figura 14 apresenta o resultado da etiqueta detalhando a parte da frente e de trás da etiqueta impressa destacando seus aspectos táteis e inclusivos obtidos com os resultados da pesquisa.

Figura 14 - Etiqueta Tátil baseado no Método Feelipa



Fonte: Turcatto e Silveira (2021).

Descrição da Imagem: A imagem apresenta etiquetas táteis baseadas no Método Feelipa. São mostrados três elementos: uma etiqueta principal com fundo claro e formas geométricas coloridas (círculo, quadrado e áreas em azul e vermelho), uma etiqueta menor com um círculo em relevo e outra etiqueta com fundo azul, contendo círculos vermelhos, um espaço com texto explicativo e informações em braille. Fim da descrição.

A investigação desenvolvida pelos autores citados, também buscou conhecer a trajetória da empresa e sua atuação no mercado, a fim de identificar potenciais contribuições para a proposta de design inclusivo.

2.3.4.5 Prancha tátil como ferramenta de aprendizado e autonomia

No decorrer das investigações houve a participação da autora, como aluna especial, no Curso de Mestrado Profissional em Ensino na Temática da Deficiência Visual do Instituto Benjamin Constant (IBC), na disciplina Comunicação Alternativa Tátil para alunos com Deficiência Visual associada a outras deficiências. Esta vivência foi pensada de maneira estratégica para assim possibilitasse o aprofundamento em recursos, técnicas e estratégias relacionadas às vivências gerais do público. A partir desta experiência, obteve-se algumas soluções relacionadas à melhorias dentro do cenário de aprendizado no IBC.

Para tanto, participou-se ainda de um congresso denominado Movimentos Docentes, em que são produzidos conteúdos e pesquisas relacionadas à docência e os pesquisadores nesta temática de modo geral. Como resultado deste congresso, obteve-se em parceria com a docente do IBC, para a criação de uma TA que possibilita o auxílio do desenvolvimento e da percepção sensorial relacionada ao vestuário (Figura 15).

Figura 15 – Prancha tátil como ferramenta de aprendizado e autonomia para crianças com deficiência visual.



Fonte: Vasconcellos; Moreira; Silveira, 2025.

Descrição da imagem: Categorias de Vestuário para identificação e organização: A imagem apresenta um painel organizado em três quadros verticais, cada um reunindo peças de vestuário por categoria. O fundo é claro e as peças estão posicionadas de forma isolada, permitindo visualização individual e comparação entre os conjuntos. Da esquerda para a direita, tem uma mini calcinha ou cueca ao lado uma camiseta verde sem mangas, e um short bege claro, ao lado um biquíni rosa e uma sunga de praia roxa, ao lado um conjunto de inverno com casaco e calça de moletom cinza.

Estas soluções percorrem em fase de teste, a fim de que se comprove sua eficácia ou aponte as melhorias necessárias para o funcionamento da TA.

A lógica do uso destas pranchas, é que, ao ter o contato com as peças de vestuário em miniatura, a criança tenha um momento lúdico através do contato de maneira prévia com os tecidos e suas propriedades têxteis e assim crie familiaridade com suas texturas, com a lógica do vestir e despir possibilitando uma conexão antecipada com o vestuário se que haja algum estranhamento favorecendo a autonomia de modo geral.

Deste modo, a partir dos apontamentos identificados ao longo da presente fundamentação, torna-se possível ampliar o entendimento acerca da moda inclusiva, compreendendo suas especificidades, desafios e potencialidades no contexto apresentado. Com base nessas discussões, evidencia-se a possibilidade de alinhar metodologias projetuais do design e da moda às demandas reais do contexto empresarial e às necessidades dos usuários, fortalecendo o desenvolvimento e a aplicabilidade de soluções mais acessíveis, funcionais e inclusivas. Apresenta-se na próxima seção as principais articulações para a alcançar os objetivos propostos à partir da teoria aqui apresentada.

2.4 METODOLOGIAS PROJETUAIS DE DESIGN E MODA

O processo de criação de um produto exige considerar sua funcionalidade e o modo como será utilizado pelo consumidor, o que envolve uma série de desafios. Norman (2006), destaca que um design eficaz depende de planejamento, atenção aos detalhes, reflexão crítica e responsabilidade.

O autor ressalta que não basta incorporar tecnologias avançadas se o resultado for um produto difícil de utilizar. Para ele, é papel do designer explorar soluções criativas que tornem os produtos acessíveis, intuitivos e agradáveis ao uso.

Com base nessa perspectiva, os princípios do design podem e devem ser

aplicados ao desenvolvimento de produtos voltados às necessidades de pessoas com deficiência visual, promovendo maior usabilidade e inclusão.

Deste modo para esta pesquisa utiliza-se GODP, Sanches e Treptow que serão abordados nas próximas seções.

2.4.1 GODP- Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos

A projeção e o desenvolvimento de produtos de moda, vestuário ou outros itens demandam a utilização de métodos que assegurem assertividade e eficiência ao longo do processo de criação. Nesse sentido, Merino (2016) destaca a importância de adotar uma abordagem centrada no usuário em todas as etapas do projeto.

Para a autora, não se trata apenas de coletar informações por meio de pesquisas, mas também de testar e validar os produtos a partir da perspectiva dos usuários reais, apresenta-se na Figura 15 o método GODP.

A partir dessa ótica, Merino, (2016) enfatiza que o designer não é apenas um criador, mas também um elo de conexão entre o usuário e suas necessidades genuínas, desempenhando o papel de acentuar uma realidade que, até então, poderia não ter sido observada no contexto mais amplo.

A metodologia adotada segue uma lógica progressiva que abrange a definição do problema, o levantamento de informações relevantes, o processo criativo voltado à geração de soluções e, por fim, a validação das propostas junto ao público-alvo.

Dessa forma, o método GODP, estruturado por Merino (2016), organiza o processo de design em fases numeradas de -1 a 6, permitindo ao designer conduzir a criação de maneira sistemática e centrada no usuário.

A fase -1, Oportunidades, corresponde ao primeiro contato com a demanda, quando são percebidas lacunas ou necessidades que justificam o desenvolvimento do produto. Já a fase 0, Prospecção, busca delimitar de forma objetiva o foco do projeto, estabelecendo parâmetros claros para orientar a pesquisa e a prática projetual.

Na fase 1, Levantamento de Dados, são coletados dados relevantes por meio de observações, entrevistas ou pesquisas de campo, que, no contexto da moda inclusiva, abrangem desde aspectos ergonômicos até as dificuldades relatadas por crianças com deficiência visual e seus familiares. Em seguida, a fase 2, Organização e Análise das Informações, permite sistematizar e interpretar criticamente esse material, evidenciando padrões, desafios recorrentes e oportunidades de inovação.

A fase 3, Criação, marca o momento de geração de alternativas de solução, em que o designer propõe caminhos que conciliam funcionalidade, estética e acessibilidade. Já na fase 4, Execução, tais propostas são detalhadas por meio de protótipos e experimentações, possibilitando ajustes contínuos.

A fase 5, Viabilização, é fundamental para validar essas soluções junto ao público-alvo, assegurando que o produto atenda às necessidades identificadas de forma efetiva. Por fim, a fase 6, Verificação Final, onde ocorre a produção/implementação, consolida o processo, viabilizando a inserção das soluções no mercado ou em ambientes de uso real.

Aplicado à moda inclusiva, esse percurso metodológico assegura que cada etapa do projeto seja orientada pela perspectiva dos usuários (Figura 16), garantindo que os produtos desenvolvidos não apenas atendam a critérios técnicos, mas também promovam experiências sensoriais significativas, contribuindo para a autonomia e o bem-estar das crianças com deficiência visual.

Figura 16 - GODP- Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos.



Fonte: Merino, (2016).

Descrição da imagem: Diagrama circular do método GODP (Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos), organizado em etapas sequenciais ao redor de uma figura humana central. O processo inicia na fase de Inspiração, com as etapas de oportunidades (-1), prospecção (0) e levantamento de dados (1), segue para Ideação, com organização e análise (2) e criação (3), e avança para Implementação, com execução (4), viabilização (5) e verificação final (6). O fluxo indica um ciclo contínuo de desenvolvimento de projetos centrado no usuário. Fim da descrição.

Dessa forma, opta-se pela aplicação parcial, do método GODP (Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projeto) como abordagem estruturante para o desenvolvimento deste projeto, priorizando a centralidade do usuário em todas as etapas. Destaca-se que a fase de implementação ficará para futuros trabalhos, uma vez que o Manual se refere a finalização da presente pesquisa, deste modo sua implementação ainda não foi devidamente testada.

Neste sentido, a escolha metodológica reforça o compromisso desta pesquisa com a construção de um produto que responda de forma efetiva às reais necessidades de crianças com deficiência visual, garantindo coerência entre os fundamentos teóricos, os dados empíricos e a aplicação prática da proposta.

2.4.2 Metodologia para Desenvolvimento de produtos de Moda de Sanches

Sanches (2016) propõe uma metodologia focada no design de produtos com valor de moda baseando-se em aspectos mercadológicos. A metodologia é clara, mostrando a dinâmica da moda estruturada em seis fases (Quadro 2).

Quadro 2 - Etapas da metodologia de Sanches

1- Preparação	Corresponde às fases iniciais de estruturação do projeto, contemplando a base analítica e conceitual do desenvolvimento. Inclui: - Planejamento (coleta e análise de dados, definição de público-alvo, tendências, mix de produtos, materiais e direcionamento mercadológico); - Especificação do projeto (definição do problema de design, metas técnicas, funcionais e estéticas); - Delimitação conceitual (construção e refinamento do conceito da coleção a partir do universo do usuário e do contexto de moda).
-----------------------------	--

2- Geração	Corresponde ao desenvolvimento criativo e à exploração de alternativas de design. Inclui: Geração de alternativas por meio de experimentações projetuais; Desenvolvimento de desenhos, estudos formais e soluções construtivas; Tradução do conceito da coleção em propostas visuais, formais e materiais; Utilização do manual desenvolvido como ferramenta de apoio projetual, orientando a criação de alternativas de vestuário inclusivo a partir de diretrizes de acessibilidade, usabilidade, identificação tátil e estímulos sensoriais.
3- Avaliação	Corresponde à seleção e refinamento das propostas desenvolvidas. Inclui: 1. Seleção das melhores alternativas de design; 2. Avaliação conforme critérios técnicos, funcionais e estéticos definidos no planejamento; 3. Desenvolvimento de fichas técnicas, modelagem e protótipos; 4. Testes de vestibilidade e usabilidade, quando aplicável.
4- Realização	Corresponde à materialização final da coleção. Inclui: 1. Produção dos protótipos finais ou peças piloto; 2. Correções e ajustes finais a partir dos testes de vestibilidade, usabilidade e adequação ao público infantil com deficiência visual; 3. Confecção das peças finalizadas, considerando os princípios de acessibilidade, identificação tátil e conforto sensorial definidos no projeto; 4. Verificação e aplicação das diretrizes estabelecidas no manual de desenvolvimento de vestuário inclusivo, garantindo coerência entre conceito, modelagem e construção das peças; 5. Divulgação da coleção em meios digitais e redes sociais, considerando estratégias de comunicação acessível e inclusiva;

	6. Apresentação do produto em contexto de mercado, incluindo possibilidades de comercialização, exposição em mídias digitais.
--	---

Fonte: Adaptado de Sanches (2016).

Na primeira etapa, denominada Preparação (Sanches, 2016), busca-se refletir sobre soluções voltadas ao público-alvo da pesquisa para crianças com deficiência visual. Essa etapa compreenderá também a investigação, junto às indústrias de vestuário infantil do município de Gaspar (SC), das oportunidades e desafios na criação, desenvolvimento e divulgação de produtos com enfoque inclusivo.

Na etapa seguinte, de Geração, fundamentado na metodologia de (Sanches, 2016), tem o objetivo de orientar a escolha e elaboração de algumas soluções, bem como subsidiar a escolha de cores, texturas e alternativas projetuais. Paralelamente, será realizada a identificação, junto ao mercado varejista local, do interesse em comercializar produtos adaptados às necessidades de crianças com deficiência visual.

Na fase de Avaliação (Sanches, 2016), serão analisadas criticamente as propostas visuais e funcionais geradas, considerando os dados obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas com a empresa parceira da pesquisa, que contribuirá com suas expectativas e necessidades quanto ao atendimento a esse público específico. Também serão realizadas entrevistas com representantes da ACEVALI e IBC para conhecer seus programas e obter subsídios sobre a realidade das crianças com deficiência visual atendidas.

Por fim, na etapa de Realização (Sanches, 2016), os modelos selecionados serão materializados com base em princípios das técnicas táteis já desenvolvidas e informações obtidas nas etapas anteriores, especialmente aquelas obtidas da ACEVALI e IBC.

Espera-se que assim se auxilie o desenvolvimento de peças que atendam critérios de funcionalidade, acessibilidade e estética, conferindo ao projeto um alinhamento entre teoria e prática.

2.4.3 Metodologia projetual de Treptow

A metodologia de Treptow (2013), amplamente utilizada no campo do design de moda, propõe um modelo estruturado em etapas sequenciais, com o objetivo de planejar e desenvolver coleções de forma eficiente, estratégica e alinhada ao perfil do público-alvo. Destaca-se as etapas da metodologia no Quadro 3.

Quadro 3 - Etapas da metodologia de Treptow

1- Planejamento	Nesta etapa são reunidas as primeiras informações para planejar a coleção, uma reunião é realizada, que "[...] tem por objetivo avaliar a proposta de coleção, sugerindo alterações que possam facilitar a produção, reduzir custos ou tornar o produto mais atraente ao consumidor" (Treptow, 2013, p.149). São definidos, também, a marca e o perfil de público-alvo, cronogramas, tema de coleção, diretrizes para a pesquisa de moda, capital de giro e prospecção de faturamento.
2- Cronograma da coleção	Nesta etapa, são definidas e delimitadas as datas e as tarefas.
3- Parâmetro de coleção	Nesta etapa é discutido o mix de produtos que é dividido em três categorias de produtos: básicos, <i>fashion</i> e de vanguarda, sendo tal distribuição variável conforme a marca e o público-alvo. Os modelos básicos são "peças coringa", os quais estão regularmente presentes nas coleções e que costumam ter venda garantida. Os <i>fashion</i> são criados a partir da incorporação de tendências de moda, vistos em novas formas, cores ou padronagens. Já os modelos de vanguarda são amplamente influenciados pelas tendências, podendo possuir um viés mais conceitual do que comercial.
4- Dimensão da coleção	Nesta etapa é delimitado o tamanho da coleção e o estoque.
5- Pesquisa das tendências	Na fase de pesquisa das tendências, são realizados também outros tipos de pesquisa: comportamental, mercadológica, tecnológica e de vocações regionais. Define-se nessa etapa o tema da coleção e monta-se o <i>briefing</i> .
6- Desenvolvimento	No desenvolvimento, são realizados os testes necessários para garantir que o fluxo da peça ocorra conforme o planejado. As fichas técnicas e os desenhos técnicos são produzidos e detalhados, informando todas as especificações necessárias e também são desenvolvidas as modelagens e gradação, além dos cálculos de custos e preços

	finais de cada peça. Cartela de cores, tecidos e aviamentos também são decididos na sexta fase.
7- Realização	Na sétima fase, as peças piloto são confeccionadas e, depois, é feita uma reunião de aprovação, em que são apresentados os protótipos à equipe de marketing e das vendas. Se aprovados, os produtos seguem para o mostruário, com lançamento e divulgação. Caso haja alteração, os produtos retornam às fases anteriores.

Fonte: Treptow (2013).

Para a autora, o desenvolvimento de coleções de moda é estruturado em três grandes etapas: planejamento, desenvolvimento e produção. Cada uma dessas fases envolve ações específicas que se articulam com conceitos de Gestão do Design e Design como estratégia.

Na fase de planejamento, são realizadas atividades como a reunião inicial de equipe, definição do cronograma, estabelecimento dos parâmetros da coleção, incluindo o mix de produtos, o mix de moda e a dimensão da coleção. Essa etapa se relaciona diretamente com a Gestão do Design, pois envolve organização, planejamento e alinhamento com os objetivos estratégicos da marca.

A etapa de desenvolvimento inclui a pesquisa de tendências, elaboração de *briefing*, seleção de inspirações e temas, definição de cartela de cores, escolha de tecidos e aviamentos, desenvolvimento de elementos de estilo, desenhos (croquis e técnicos) e reuniões para definição do conceito final.

Por fim, a fase de produção contempla a modelagem das peças, confecção de protótipos, reuniões de aprovação, gradação e encaixe, elaboração de fichas técnicas, confecção do mostruário e o lançamento da coleção.

Para o desenvolvimento do Manual, foram incorporados elementos de diferentes abordagens metodológicas do Design de Moda e do Design Centrado no Usuário. Ressalta-se que as metodologias não foram aplicadas integralmente, mas utilizadas como referências estruturantes, considerando os objetivos e as delimitações da presente pesquisa(Quadro 4).

Quadro 4 - Contribuições metodológicas utilizadas na construção do Manual

Metodologia	Elementos incorporados à pesquisa	Contribuição para construção do Manual
Treptow (2013)	Etapas relacionadas ao desenvolvimento de produtos de moda, incluindo pesquisa, briefing, definição de conceito, referências, cartela de cores, escolha de materiais, desenhos, modelagem, prototipagem e ficha técnica.	Auxiliou na estruturação das orientações relacionadas ao desenvolvimento de produtos do vestuário infantil inclusivo, adaptando as etapas tradicionais do processo de moda às necessidades de crianças com deficiência visual.
Sanches (2017)	Organização das fases do pensamento projetual no desenvolvimento de produtos de moda, contemplando planejamento, desenvolvimento e produção.	Contribuiu para estruturar o processo de construção das peças apresentado no manual, orientando as etapas projetuais e as decisões relacionadas ao desenvolvimento do produto.
GODP – Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos (Merino, 2016)	Princípios do Design Centrado no Usuário e organização do processo projetual considerando a identificação das necessidades do público como elemento norteador.	Direcionou a compreensão das demandas dos usuários e a organização do desenvolvimento do manual. Foi utilizado de forma adaptada, contemplando as etapas pertinentes à pesquisa, enquanto a implementação e validação em contexto real dependem de aplicação futura do material desenvolvido.

Fonte: Elaborado pela autora, 2026.

A combinação dessas contribuições possibilitou organizar as etapas de criação, desenvolvimento e orientação para produtos de vestuário infantil inclusivo

2.5 ERGONOMIA DE PRODUTOS

A ergonomia representa um aspecto fundamental no processo de criação e desenvolvimento em design, ao considerar as capacidades e limitações humanas na interação com produtos, sistemas e ambientes (Corrêa; Boletti, 2015). Seu propósito é promover conforto, segurança e eficiência, prevenindo riscos como fadiga e lesões, por meio da adaptação do projeto às necessidades do usuário.

A ergonomia busca compreender como o ser humano interage com seu ambiente, visando promover seu bem-estar e melhorar o desempenho dos sistemas nos quais está inserido. De acordo com Soares (2004), o futuro da engenharia está na integração com a experiência humana, considerando aspectos físicos e ergonômicos no desenvolvimento de produtos personalizados.

Nesse contexto, ainda segundo o autor, a ergonomia exerce funções

essenciais, como identificar as necessidades dos usuários, aprimorar a interface entre usuário e produto, e realizar testes e avaliações de protótipos. Deste modo torna-se viável o desenvolvimento do vestuário com aspectos ergonômicos, os quais serão abordados na próxima seção.

2.5.1 Ergonomia no vestuário

Durante o processo de criação de produtos para o vestuário, é essencial considerar funções que atendam às necessidades do usuário, oferecendo segurança, praticidade e conforto (Silveira; Lopes, 2025). Para isso, as etapas de fabricação devem ser orientadas pelo design centrado no usuário e fundamentadas em princípios da ergonomia.

O vestuário e os produtos de moda têm ganhado relevância por desempenharem funções que vão além de apenas cobrir e ornamentar o corpo. Segundo Martins (2019), é fundamental criar sistemas de vestimenta que atuem como embalagens funcionais, capazes de proteger a saúde, garantir segurança e promover o bem-estar do usuário.

A aplicação da ergonomia no desenvolvimento de produtos de vestuário é essencial para assegurar qualidade, eficiência e adequação às necessidades dos usuários (Varnier; Merino, 2022). Ao possibilitar a compreensão das interações entre corpo, vestimenta e contexto, a ergonomia contribui para soluções mais assertivas e processos mais ágeis, considerando aspectos físicos, cognitivos e sociais dos indivíduos.

Apesar do ritmo acelerado da produção no setor de vestuário, torna-se essencial aprimorar o desempenho dos produtos com foco nas necessidades dos usuários (Varnier; Merino, 2022). Para isso, a incorporação de princípios ergonômicos nos processos produtivos é fundamental, pois contribui para a melhoria funcional das vestimentas, promovendo conforto e harmonia no uso. A seguir apresentam-se os principais critérios ergonômicos.

2.5.1.1 Critérios Ergonômicos

Em um contexto anterior, aspectos como ergonomia e design, recebiam pouca atenção no processo de criação de produtos. No entanto, Silveira e Lopes (2025), afirmam que com o aumento da competitividade no mercado atual, as empresas têm reconhecido a importância desses fatores e investido fortemente neles.

O foco está cada vez mais voltado para o desempenho do produto junto ao consumidor, buscando desenvolver soluções que realmente atendam às expectativas e necessidades dos usuários.

Para que o vestuário atenda adequadamente às necessidades do usuário, seus processos de criação e fabricação devem ser orientados por princípios ergonômicos e centrados no ser humano (lida; Guimarães, 2016). A roupa, por estar em contato direto com o corpo, atua como uma extensão dele e influencia diretamente nas ações cotidianas, podendo facilitar ou limitar os movimentos

Martins (2005) apresenta as propriedades ergonômicas no vestuário como: facilidade de manejo, manutenção, assimilação, segurança, indicadores de usabilidade e os aspectos de conforto, os quais envolvem fatores térmicos, táteis, de mobilidade e adequação ao corpo, contribuindo para o bem-estar do usuário.

A aplicação desses princípios favorece a autonomia e o bem-estar, sobretudo em contextos em que o vestir precisa ser facilitado e adaptado à diversidade corporal e funcional.

Dessa forma, ao considerar critérios como usabilidade, segurança, conforto e praticidade, investiga-se o método *Co-Wear* e como contribui para o desenvolvimento de peças mais ergonômicas, alinhadas às reais necessidades dos usuários.

2.5.2 Aspectos Ergonômicos a Partir do Método *Co-Wear*

Para estimular crianças e adolescentes com deficiência visual no desenvolvimento de suas sensações táteis, auditivas e em suas interações com o ambiente ao redor, é fundamental adotar abordagens centradas na experiência

sensorial.

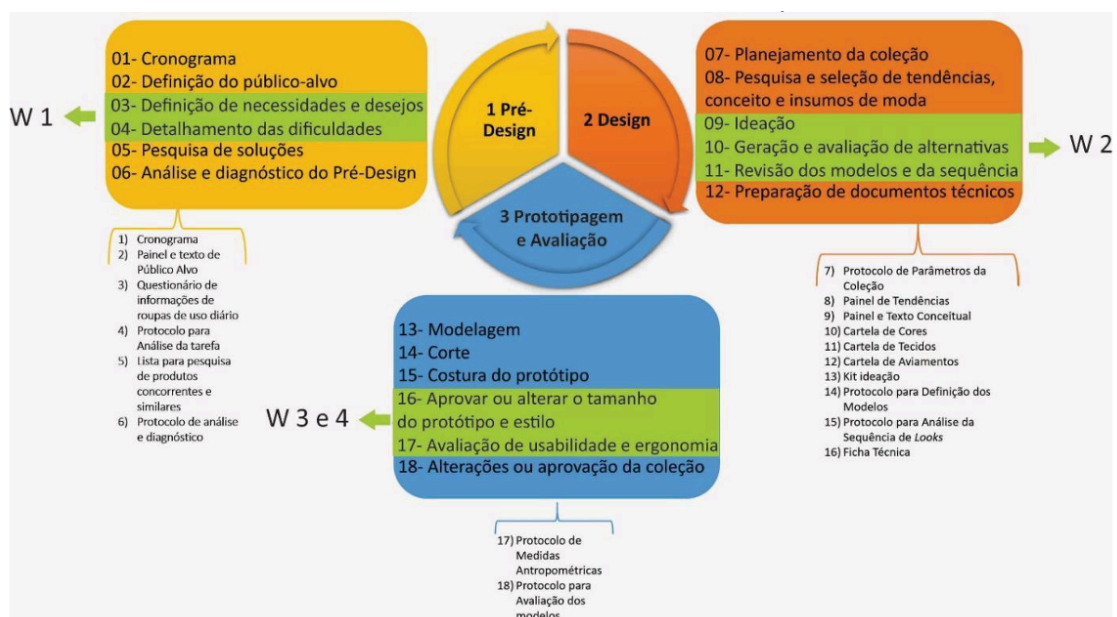
A partir de uma pesquisa recente, Brogin e Schemes (2024) apresentaram a aplicação das fases, etapas e ferramentas do Método *Co-Wear*, evidenciando como o envolvimento direto dos usuários no processo de criação pode potencializar a construção de soluções acessíveis, significativas e inclusivas para esse público.

O método *Co-Wear* foi estruturado em três fases principais ao longo de três trimestres consecutivos (Brogin, 2019). A primeira etapa, denominada Pré-design, consistiu na coleta de informações iniciais para subsidiar o desenvolvimento da coleção. Nesse período, foi elaborado um cronograma de ações, estabelecido pela autora citada, em parceria com a instituição mediadora da pesquisa, iniciando-se a interação com o público-alvo, crianças com deficiência visual e seus respectivos cuidadores, com o objetivo de levantar dados relevantes para o projeto (Brogin, 2019).

No segundo trimestre, foi realizada a fase de Design, dedicada à criação e desenvolvimento das peças de vestuário.

Posteriormente, no terceiro trimestre, ocorreu a etapa de Prototipagem e Avaliação, momento em que as propostas foram testadas e analisadas quanto à sua eficácia, como apresentado na Figura 17.

Figura 17 - Etapas do método *Co-Wear*.



Fonte: Brogin, 2019, p. 344.

Descrição da Imagem: Diagrama intitulado “Etapas do método Co-Wear”, organizado em estruturas geométricas com três fases centrais: Pré-Design, Design e Prototipagem e Avaliação. Ao redor, blocos coloridos apresentam etapas numeradas de 1 a 18, distribuídas entre definição de necessidades, planejamento, ideação, modelagem, teste e aprovação. Setas indicam fluxo contínuo e divisão em momentos W1, W2 e W3 e 4. Fim da descrição.

O público-alvo definido para a pesquisa compreendeu crianças e adolescentes, entre 3 e 14 anos, com cegueira ou baixa visão, inseridos em processos de estimulação visual e sensorial. Foram desenvolvidas oito camisetas com recursos táteis, auditivos e que favorecessem a interação dos participantes com o ambiente e com os próprios elementos da peça. As camisetas foram experimentadas e avaliadas positivamente pelos usuários.

Durante a pesquisa, observou-se que a instituição participante normalmente não trabalha diretamente a questão do vestir nas atividades de estimulação visual. Apesar disso, os profissionais relataram perceber que os alunos demonstram preferências na escolha das roupas, embora muitas vezes apresentam certa resistência ou preguiça para se vestir sozinhos, o que leva os cuidadores a assumirem essa tarefa com o objetivo de otimizar o tempo.

Ao serem apresentados à ideia de que as roupas poderiam envolver estímulos sensoriais alinhados aos temas abordados nas atividades de estimulação, os profissionais demonstraram surpresa e interesse, reconhecendo o potencial pedagógico da proposta. Deste modo, contribuíram com sugestões para o desenvolvimento das peças, sinalizando abertura para novas possibilidades no uso do vestuário como recurso educativo e sensorial.

Os resultados obtidos com a aplicação do Método *Co-Wear* evidenciaram o potencial da cocriação como ferramenta eficaz no desenvolvimento de vestuário funcional e inclusivo para crianças com deficiência visual (Schemes; Brogin; Moraes 2024). A participação ativa dos usuários e de seus cuidadores possibilitou a construção de peças que não apenas respeitam as limitações sensoriais dos participantes, mas também ampliam suas experiências de percepção, autonomia e identificação com o ato de se vestir.

O envolvimento emocional e o interesse demonstrado pelas crianças durante

o processo confirmam que o vestuário pode assumir um papel educativo, sensorial e afetivo, integrando estímulos visuais, táteis e sonoros de forma lúdica e significativa (Schemes; Brogin; Moraes, 2024). Dessa forma, a pesquisa reforça que a moda, quando pensada a partir de uma perspectiva inclusiva, pode contribuir diretamente para o desenvolvimento cognitivo e emocional, promovendo maior independência e inclusão. Deste modo, parte-se da importância de estimular crianças e adolescentes com deficiência visual nas sensações táteis, auditivas, e para interações com o ambiente ao seu redor.

2.6 ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA A MODA INCLUSIVA INFANTIL

O objetivo deste tópico é identificar estratégias de marketing para crianças com deficiência visual e experiências lúdicas no contexto do vestuário.

2.6.1 Estratégias de Marketing

A construção de estratégias de marketing eficazes necessita, da competência em compreender o cliente ideal com profundidade e sensibilidade. No entanto, essa compreensão nem sempre é possível por meio de dados amplos e consolidados, sobretudo em se tratando de públicos com baixa representatividade, como crianças com deficiência visual.

De acordo com uma perspectiva contemporânea debatida por Trauer e Valdati, (2024), o marketing pode ser compreendido como uma abordagem estratégica centrada no cliente, cujo objetivo é gerar valor por meio da inovação e da criação de experiências significativas. Para isso, utiliza de forma ética pilares como solução, acesso, valor e educação.

Mais do que simplesmente atender às demandas do público, essa abordagem busca inspirar, promover mudanças positivas e ampliar a vivência do consumidor com a marca.

No contexto contemporâneo, os profissionais de marketing enfrentam o desafio de criar marcas que estabeleçam conexões mais humanas com os consumidores (Figueiredo, 2019). Isso envolve desenvolver identidades que sejam visualmente atraentes, intelectualmente estimulantes, socialmente envolventes e

emocionalmente cativantes, além de transmitirem uma personalidade marcante e princípios éticos bem definidos.

Diante do exposto, o modelo *SAVE* e a criação de *Proto-Personas* são estratégias complementares e coerentes para resolver a problemática do distanciamento entre marcas e consumidores, especialmente em nichos que exigem sensibilidade, como a moda inclusiva infantil.

2.6.1.1 *Proto-personas*

Dentro do contexto do desenvolvimento de vestuário, ressalta-se a necessidade de definição assertiva da persona tendo em vista que neste âmbito leva-se em consideração questões como gestão de produção, fator determinante para os resultados financeiros da empresa.

Segundo Trauer e Valdati (2024), “as *proto-personas* surgem como uma alternativa mais ágil e econômica, ideal para situações iniciais de projeto ou quando os recursos para pesquisa são escassos.”

Nesta etapa exige-se uma compreensão aprofundada de suas preferências e dos atributos que valorizam em relação ao produto.

Neste contexto, funciona dentro do marketing como uma forma rápida de delimitar o perfil idealizado do consumidor.

Ao elaborar as *proto-personas*, é fundamental que os especialistas nos assuntos relacionados à persona, desenvolvam um mapeamento das ações, os obstáculos e as demandas do cliente ideal (Trauer; Valdati, 2023).

Ao ser concluída a fase de criação, torna-se imprescindível registrar as *proto-personas* de maneira estruturada, contemplando elementos como nome, narrativa descritiva, padrões de comportamento, atividades, objetivos, valores, atitudes, fatores motivacionais, influenciadores, conhecimentos prévios, lacunas de conhecimento e fontes de informação. Para a consecução deste projeto, Trauer (2021) e Trauer; Valdati (2023) a sistematização dos dados foi realizada com base no modelo proposto por Ortbal et al. (2016).

Apresenta-se na Figura 18 a *Proto-persona*.

Figura 18- *Proto-persona* - Isa

Isa, 9 anos



Perfil
Estudante do ensino fundamental, mora com os pais e uma irmã mais velha. É curiosa, criativa e adora histórias e atividades manuais.

Condição de saúde
Baixa visão (acuidade visual reduzida) e dificuldade de locomoção. Usa óculos e suporte de mobilidade (andarilho).

Características
Inteligente, determinada e comunicativa. Gosta de aprender, fazer amigos e participar das atividades na escola.

TA da OMS



Óculos de correção
Item 35



Lupa manual
Item 37

1 Persona: Isa

Explorar o mundo com as mãos, ouvir com o e enxergar possibilidades todos os dias.

2 Um dia na Vida

Isa vai à escola com o apoio da família e dos professores. Participa das aulas com interesse, especialmente as que envolvem histórias, artes e descobertas. No recreio, brinca com os amigos e adora atividades criativas. Em casa, gosta de ouvir audiolivros, fazer dobraduras e explorar novos materiais com as mãos.

3 Personalidade

Curiosa, alegre, sensível e observadora. Gosta de aprender coisas novas, fazer amigos e se expressar através de desenhos e histórias. Tem muita imaginação e empatia.

4 Características / Atitudes

- Usa recursos visuais ampliados, táteis e auditivos.
- Prefere ambientes organizados e seguros para se locomover.
- Tem autonomia com ajuda de tecnologias assistivas.
- Gosta de etiquetas táteis e recursos acessíveis.

Objetivos de Motivação de Vida

- Aprender com prazer e se sentir incluída na escola.
- Ser reconhecida por quem é, e não por suas limitações.
- Desenvolver autonomia e confiança nas atividades do dia a dia.

5 Atividades, Desafios, Necessidades e Oportunidades

 **Tem Relacionamentos**

- Faz amizades com facilidade quando se sente acolhida.
- Gosta de trabalhar em grupo em atividades criativas.
- Precisa de ambientes inclusivos e livres de barreiras.

 **Precisa Desenvolver**

- Leitura independente com recursos acessíveis.
- Mobilidade com segurança e autonomia.
- Identidade e autoestima através da inclusão.

 **Status Atual**

- Usa óculos e andarilho.
- Necessita de materiais adaptados (leitura ampliada, contrastes, etiquetas táteis).
- Já utiliza tecnologia com apoio da escola e família.

Fonte: Imagem por IA, adaptada de IFKAD (2024).

Descrição da Imagem: Ilustração de uma menina chamada Isa, com cabelo castanho curto, usando óculos e camiseta lilás com flores, segurando uma bengala de apoio. Ao lado da personagem, um quadro organizado em tópicos apresenta informações sobre sua rotina, personalidade, características, motivações e desafios, destacando sua relação com texturas, identificação tátil e o uso de etiquetas em braille para escolher suas roupas com mais autonomia. Fim da descrição.

A *proto-persona* da presente pesquisa foi desenvolvida e adaptada de IFKAD Trauer; Valdatti (2024), a partir dos conceitos investigados, baseado na temática da deficiência visual infantil e moda inclusiva.

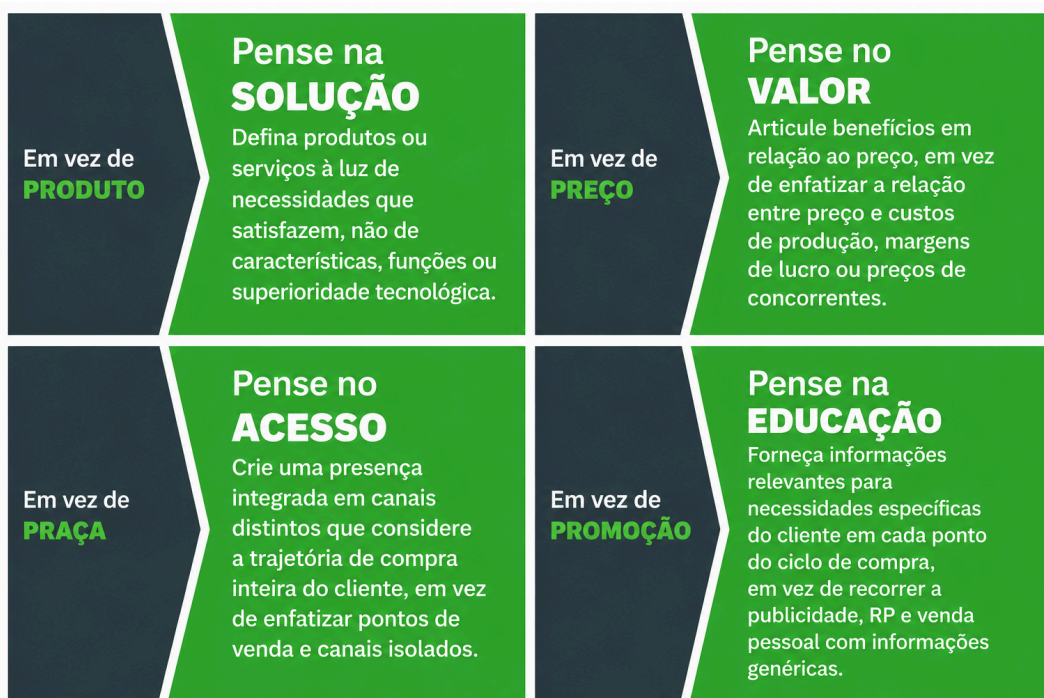
2.6.1.2 Abordagem SAVE

O modelo de marketing conhecido tradicionalmente como os 4P'S (Produto, Praça, Preço e Promoção), vem sendo amplamente utilizado por décadas (Ettenson; Conrado; Knowles, 2013). Entretanto, no contexto do modelo de negócio B2B, ele apresenta algumas limitações, dificultando a comunicação do valor superior de seus resultados especialmente em setores que exigem soluções personalizadas, como a moda inclusiva.

Esta proposta, ajuda empresas e empreendedores a se prepararem para os desafios emergentes do mercado, destacando-se como uma abordagem estratégica diante das mudanças aceleradas (Ettenson; Conrado; Knowles, 2013). Essa lógica contribui para transformar a atuação do marketing, tornando-a mais adaptável às exigências atuais, como a personalização extrema de produtos e serviços.

Segundo Vivian (2023), o SAVE, apresentado na Figura 19 representa uma nova abordagem estratégica para o marketing B2B, priorizando a experiência do cliente e a oferta de soluções completas, um diferencial essencial para empresas que buscam maior impacto e competitividade.

Figura 19 - Nova visão dos 4 P's: Solução, Acesso, Valor e Educação



Fonte: Adaptado de Harvard Business Review (Ettenson; Conrado; Knowles, 2013).

Descrição da imagem: Infográfico composto por quatro quadros verdes e cinza que apresentam orientações estratégicas de marketing. Cada quadro propõe uma mudança de perspectiva: pensar na solução em vez de produto, no valor em vez de preço, no acesso em vez de praça e na educação em vez de promoção, destacando abordagens mais centradas nas necessidades e na experiência do cliente. Fim da descrição.

Essa personalização, de acordo com Vivian (2023), leva em conta características únicas de cada cliente, incluindo preferências, comportamentos e até aspectos biológicos, permitindo soluções altamente individualizadas.

Diante do contexto, é fundamental o uso de estratégias. Neste sentido o *Visual Merchandising* (VM) emerge como uma ferramenta para traduzir essas individualidades em experiências sensoriais e visuais no ponto de venda, contribuindo para a comunicação eficaz dos valores da marca e para o fortalecimento do vínculo com o consumidor.

2.6.1.3 *Visual Merchandising* (VM)

O *Visual Merchandising* (VM) tem como foco principal atrair o cliente para o espaço da loja, destacando os produtos de forma estratégica e visualmente atraente. A intenção é torná-los mais acessíveis e desejáveis, utilizando elementos que estimulem os sentidos e incentivem a compra (Fortes, 2008). Embora crie experiências para o consumidor, seu propósito central está voltado à funcionalidade do ambiente e ao aumento das vendas, e não necessariamente à inclusão.

No entanto, quando utilizadas de forma estratégica, essas experiências podem promover a inclusão, ao transformar o ambiente da loja em um espaço acolhedor e sensorialmente estimulante (Batista; Scobar, 2020). Nesse contexto, os princípios do *Visual Merchandising*, vão além de atrair o consumidor e valorizar os produtos, eles também contribuem para a criação de vivências mais significativas e acessíveis.

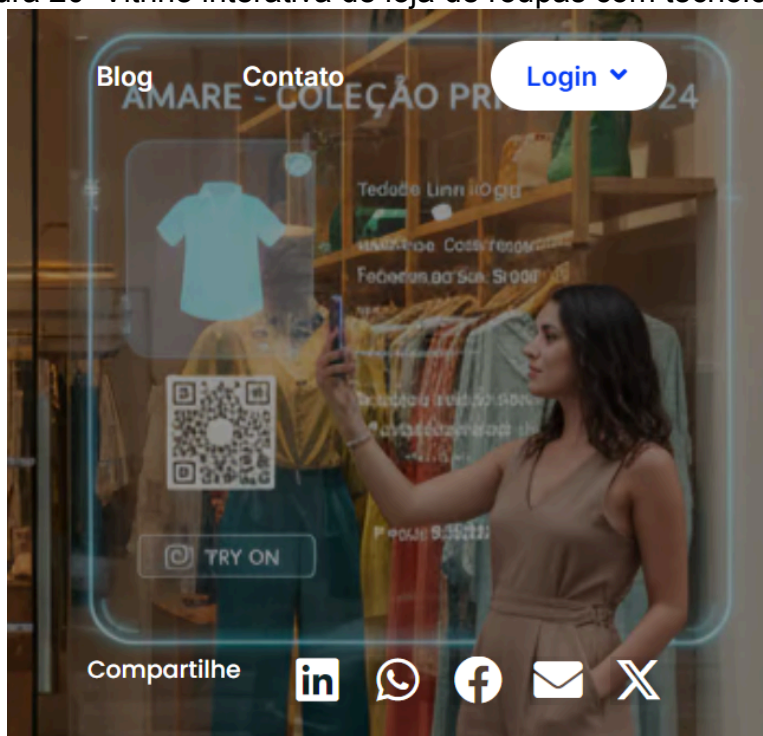
Os autores destacam ainda, que no setor de serviços onde a oferta é intangível, o ambiente físico assume um papel ainda mais relevante, tornando-se o

principal ponto de contato e referência para a percepção do cliente, ajudando-o a criar na mente do consumidor um aspecto positivo sobre a atmosfera da loja.

Neste âmbito, destaca-se o VM interativo, estratégia que tem se consolidado como uma estratégia que transforma o ponto de venda em um espaço de experiência e conexão com o consumidor (Vitrine Retail, 2025). Mais do que expor produtos, as lojas passaram a utilizar recursos como displays interativos, QR codes, vitrines sensoriais e espelhos inteligentes para estimular a participação ativa do cliente durante a jornada de compra que afirmam preferir comprar em lojas que oferecem experiências interativas.

Nesse contexto, a Realidade Aumentada (RA) amplia as possibilidades de interação ao permitir testes virtuais de roupas, calçados e acessórios, além de oferecer conteúdos digitais e experiências gamificadas (Vitrine Retail, 2025). A implementação pode iniciar com recursos simples, como QR codes e telas interativas (Figura 20), evoluindo posteriormente para sistemas integrados que utilizam dados de comportamento para personalizar experiências e fortalecer a estratégia de Visual Merchandising.

Figura 20- Vitrine interativa de loja de roupas com tecnologia digital.



Fonte: Vitrine Retail, 2025.

Descrição da imagem: apresenta uma vitrine interativa de loja de roupas com recursos de tecnologia digital aplicados ao Visual Merchandising. Em primeiro plano, aparece uma mulher interagindo com um painel virtual transparente projetado sobre a vitrine, tocando em uma interface digital semelhante a uma tela sensível ao toque. Imagem de uma camiseta, um QR Code para acesso, ícones de redes sociais que aparecem opções de navegação do site. Fim da descrição.

Essas tecnologias aproximam o ambiente físico do universo digital, atendendo consumidores que buscam explorar, experimentar e receber informações de forma mais dinâmica. Para o varejo, a adoção dessas soluções contribui para aumentar o tempo de permanência na loja, melhorar a experiência do cliente e potencializar resultados de conversão (Vitrine Retail, 2025).

Dessa forma, percebe-se que o ambiente de varejo, aliado a estratégias visuais e sensoriais, exerce papel central na construção de experiências mais envolventes e inclusivas. Essa relação entre espaço, percepção e emoção se torna ainda mais significativa quando se trata do público infantil, cujas interações com o ambiente são fortemente mediadas pelos sentidos. Deste modo é possível conectar e unir as estratégias do VM e Marketing Sensorial apresentado na próxima seção.

2.6.2 Marketing Sensorial No Varejo De Moda Infantil

O marketing sensorial consiste em estratégias que estimulam os cinco sentidos humanos, tato, olfato, visão, audição e paladar, com o objetivo de criar conexões emocionais mais profundas entre o consumidor e a marca (Lima, 2022). Diante de um mercado altamente competitivo, proporcionar experiências sensoriais diferenciadas pode ser um importante fator de distinção do concorrente.

Essa abordagem busca não apenas atrair a atenção despertando o interesse do público, mas também gerar sensações de bem-estar que influenciam diretamente na decisão de compra, fortalecendo o vínculo com os produtos ou serviços oferecidos (Lima, 2022). Entre os principais benefícios dessa estratégia estão a fidelização do cliente, o aumento do desejo de consumo e a construção de uma identidade de marca mais autêntica e envolvente.

Os estímulos podem ser aplicados de forma isolada ou combinada, dependendo dos objetivos e da natureza do negócio (PUCRS, 2021). Marcas que

conseguem ativar esses sentidos de forma coerente com sua proposta de valor tendem a se destacar no imaginário do consumidor, reforçando vínculos emocionais duradouros.

A aplicação do marketing sensorial varia conforme o formato do ponto de contato com o cliente (PUCRS, 2021). Em lojas físicas, é possível explorar o conforto do ambiente, aromas personalizados, música ambiente, a textura de produtos e mobiliários. Já em lojas virtuais, a experiência pode ser reforçada com o uso de embalagens aromatizadas, identidade visual marcante e brindes comestíveis, como forma de manter o estímulo sensorial mesmo fora do espaço físico.

Um exemplo prático é o da marca Melissa, que se tornou reconhecida pelo aroma característico de suas sandálias, fortalecendo seu posicionamento sensorial junto ao público (PUCRS, 2021). Neste sentido, destaca-se o *Sensorial Merchandising*.

O *Sensorial Merchandising* é um experimento no varejo de moda que visa tornar o ambiente das lojas mais acessível e acolhedor para pessoas com deficiência visual, proporcionando uma experiência de compra inclusiva e envolvente (Mendes, Lucian e Abreu, 2018; Santos, 2025). Como esses consumidores não podem se guiar por estímulos visuais, a proposta é estimular outros sentidos: como o tato, o olfato e o paladar, para permitir a interação com os produtos e o espaço da loja.

Essa abordagem se apoia em protocolos específicos que promovem autonomia, bem-estar e sensação de pertencimento durante o processo de compra. Esses protocolos são divididos em três elementos principais: *Color Sense*, *Audio Sense* e *Visense*.

Color Sense investiga a conexão entre cores e aromas (Mendes, Lucian e Abreu, 2018). De acordo com o estudo dos autores citados, é possível identificar cores a partir de fragrâncias, especialmente as de frutas, ativando memórias olfativas que facilitam esse reconhecimento por pessoas com deficiência visual.

Audio Sense, por sua vez, associa sons e músicas às estampas das roupas, permitindo que os consumidores interpretem estilos e sentimentos por meio da audição (Mendes, Lucian e Abreu, 2018). Assim como as imagens, os sons têm o poder de comunicar ideias e despertar emoções.

O *Visense* consiste em uma vitrine sensorial pensada para que o público com deficiência visual possa explorar o mundo da moda por meio de estímulos táteis, sonoros e olfativos (Mendes, Lucian e Abreu, 2018). O objetivo é criar uma imersão completa no conceito das coleções, mesmo sem o uso da visão. Para isso, técnicas de ambientação e cenografia são fundamentais na construção de uma experiência sensorial que conte uma história e envolva o consumidor.

2.6.3 Experiências Lúdicas Para Crianças com Deficiência Visual no Ponto de Venda

Histórias infantis vão além das palavras, abrindo espaços para emoções e aprendizados profundos. No desenvolvimento infantil, o aprendizado verdadeiro ocorre por meio das sensações, quando a criança se envolve emocionalmente com uma narrativa, ela a vivência, imagina e interpreta, criando uma conexão significativa com o contador.

Ao tornar a história uma experiência sensorial ativa, as crianças deixam de ser meros ouvintes para se tornarem protagonistas de suas próprias descobertas (YDreams, 2025). O brincar, como uma forma essencial de aprendizado, integra aspectos emocionais e cognitivos, onde as conexões afetivas fortalecem os processos intelectuais, e o caráter lúdico potencializa significativamente a eficácia dessa aprendizagem.

A *YDreams Global* é uma empresa especializada no desenvolvimento de vivências multissensoriais que integram tecnologia, design e narrativa para criar experiências imersivas e interativas (YDreams, 2025). Atuando em mais de 30 países, a empresa se destaca por projetar ambientes que educam, emocionam e engajam o público, promovendo a conexão entre marcas, cultura e inovação.

Suas soluções são pensadas sob medida para diversos contextos, como exposições culturais, espaços corporativos, varejo sensorial e eventos, contribuindo significativamente para a redefinição da interatividade nos meios digitais e presenciais (YDreams, 2025).

A empresa *YDreams Global*, desenvolveu um espaço imersivo propondo uma experiência interativa para o público infantil, conduzindo as crianças por uma jornada

sensorial ao lado da personagem Peppa Pig e sua família (Romani, 2025). Distribuído em quatro ambientações, avião, cidade, campo e litoral, o circuito integra elementos tecnológicos e recursos lúdicos para estimular a criatividade e o engajamento.

As atividades são pensadas para promover a interação por meio do movimento corporal, nas tradicionais poças de lama, ambas com sensores que respondem em tempo real aos gestos dos participantes, favorecendo a aprendizagem por meio da ação e do jogo simbólico.

Nas Figuras 21 e 22, apresenta-se o circuito *Peppa Pig* pelo mundo, uma experiência imersiva que promove tecnologia e experiências lúdicas por meio dos cenários que estimulam a criatividade.

Figura 21- Bourbon Shopping: circuito interativo *Peppa Pig* pelo mundo



Fonte: VEJA São Paulo (2025).

Descrição da imagem: Espaço interno interativo inspirado no universo infantil, com piso verde que simula grama e paredes decoradas com ilustrações coloridas de natureza e personagens. No centro há um escorregador grande em formato de dinossauro verde, com olhos desenhados e língua rosa formando a saída do escorregador. Ao fundo, uma parede funciona como tela de projeção com animações. Fim da descrição.

Em consonância com a lógica das experiências imersivas, diversas marcas infantis têm direcionado esforços para criar ambientes internos de loja que privilegiem o aspecto lúdico e interativo, ampliando o engajamento das crianças e de

seus responsáveis no processo de compra.

Figura 22- Circuito *Peppa Pig* pelo Mundo: interação e brincadeiras



Fonte: VEJA São Paulo (2025).

Descrição da imagem: Espaço interativo infantil com piso verde que simula grama e estruturas decoradas com ilustrações de plantas e flores. No centro, uma criança atravessa um circuito rastejando sob fios amarelos esticados entre duas estruturas verdes, formando um desafio de percurso. Ao fundo, outras pessoas observam o ambiente, que apresenta paredes azuis com desenhos ilustrativos, criando um espaço lúdico e educativo para exploração e movimento. Fim da descrição.

No contexto do vestuário, a marca brasileira Fábula atua no segmento de moda infantil com uma proposta que valoriza a criatividade e a liberdade de expressão das crianças (MyTheresa, 2025; Soma, 2025). Com coleções marcadas por cores intensas, formas orgânicas e personagens imaginativos, a marca constrói um universo visual que estimula o brincar e a fantasia.

Diante do contexto apresentado, destaca-se que a marca Fábula proporciona experiências sensoriais em suas lojas físicas por meio da ambientação (Figura 23), torna-se relevante considerar a incorporação de elementos de acessibilidade diretamente nas peças de vestuário, além de promover de forma mais ampla as iniciativas inclusivas adotadas.

Figura 23 - Loja Fábula, Shopping Leblon- RJ



Fonte: Shopping Leblon (2025).

Descrição da imagem: Entrada de uma loja infantil com decoração lúdica e colorida. No espaço, manequins infantis vestem roupas estampadas e coloridas, posicionados entre estruturas que lembram árvores estilizadas com galhos em cores vibrantes. Ao fundo, araras exibem peças de vestuário infantil, e acima da entrada há uma placa iluminada com o nome da marca “Fábula”, criando um ambiente criativo e voltado ao universo das crianças. Fim da descrição.

Ao integrar elementos gráficos e temáticos que despertam a imaginação, a Fábula contribui para que a experiência do vestir se torne também um ato de explorar, imaginar e criar (Exame, 2010).

Suas peças que vão de vestidos delicados a conjuntos confortáveis são desenvolvidas para acompanhar a infância em suas múltiplas descobertas, oferecendo não apenas estilo, mas também conforto e funcionalidade. Deste modo agregando uma vivência diferenciada para crianças que enxergam, bem como favorecendo também as crianças que não enxergam.

Em seus ambientes físicos, a marca Fábula oferece um ambiente interativo que conecta os sentidos, proporcionando uma experiência imersiva por meio do cenário das lojas, apresenta-se na Figura 24.

Figura 24 - Loja Fábula, Barra Shopping- RJ



Fonte: Instagram Fábula Barra (2024).

Descrição da imagem: Três manequins infantis expostos em uma loja de roupas, vestindo peças coloridas com estampas de frutas e elementos tropicais. As cabeças dos manequins são decoradas com formas lúdicas e coloridas, como um chapéu em formato de barco, uma estrela azul e um adorno vermelho com detalhes que lembram olhos e antenas. Ao fundo, o interior da loja apresenta araras com roupas infantis e decoração colorida voltada ao universo das crianças. Fim da descrição.

Diante do exposto, é possível afirmar que os tópicos desenvolvidos ao longo deste capítulo fornecem os fundamentos necessários para a construção da proposta desta pesquisa. A análise do cenário da moda infantil em Santa Catarina revelou a importância econômica e cultural desse setor, ao mesmo tempo em que apontou lacunas quanto à produção voltada à inclusão.

A investigação sobre o contexto das pessoas com deficiência visual contribuiu para a compreensão das especificidades desse público, especialmente no que diz respeito à autonomia, à acessibilidade e à experiência sensorial.

Nesse sentido, os métodos táteis se mostraram essenciais como ferramentas de mediação entre o vestuário e a percepção do usuário com deficiência visual, permitindo a identificação e o reconhecimento das peças por meio do toque. As metodologias projetuais de design e moda, por sua vez, oferecem suporte técnico e criativo para a construção de produtos inclusivos, viabilizando soluções que integrem funcionalidade, estética e usabilidade.

Além disso, as estratégias de marketing aplicadas à moda infantil inclusiva reforçam a importância da comunicação acessível e da representatividade, contribuindo para a valorização e visibilidade de crianças com deficiência visual como consumidoras ativas.

Esses eixos teóricos constituem a base para o desenvolvimento do manual proposto nesta pesquisa, orientando soluções e ações práticas. Cabe agora avançar para a apresentação dos procedimentos metodológicos adotados neste estudo, a fim de aprofundar a compreensão das etapas realizadas na investigação e da construção da proposta final.

A seguir, discute-se como estratégias projetuais e sensoriais podem ser aplicadas no desenvolvimento de peças de vestuário inclusivas, considerando as necessidades específicas de crianças com deficiência visual.

2.7 ASPECTOS DA TEORIA A SEREM APLICADOS NA PROPOSTA DA PESQUISA

A proposta da presente pesquisa encontra suporte nos aspectos teóricos anteriormente apresentados, que servirão como base metodológica e conceitual para sua execução, apresenta-se no quadro 5, as principais teorias.

Quadro 5 - Principais teorias aplicadas na pesquisa.

Referencial teórico/metodológico	Contribuição para a pesquisa	Aplicação prática na proposta
Moda inclusiva	Fundamenta princípios de acessibilidade, inclusão e funcionalidade no vestuário	Desenvolvimento de diretrizes para produtos infantis inclusivos
Co-Wear	Auxilia na análise ergonômica e na relação entre corpo, conforto e vestibilidade	Avaliação de conforto, usabilidade e adaptação do vestuário
Deficiência visual e tecnologias assistivas	Possibilita compreender recursos de acessibilidade e interação sensorial	Aplicação de braille, identificação tátil, audiodescrição e estímulos sensoriais
Braille e métodos táteis	Contribuem para autonomia, orientação e percepção tátil	Inserção de elementos táteis funcionais no vestuário
Little Room	Contribui para reflexões sobre estímulos sensoriais, exploração tátil e interação perceptiva	Desenvolvimento de ideias para ambientes de loja mais interativos, acessíveis e multissensoriais
GODP	Estrutura as etapas metodológicas do desenvolvimento do produto	Organização do processo projetual e das fases do manual
Treptow	Contribui para o planejamento e desenvolvimento de coleção de moda	Direcionamento do processo criativo e produtivo
Sanches	Auxilia na organização metodológica do design de moda	Estruturação das etapas de criação e desenvolvimento
Proto-personas	Auxiliam na compreensão do público e de suas necessidades	Construção de perfis representativos para direcionamento do projeto
Modelo SAVE	Orienta estratégias de valor, acesso e relacionamento com o público	Desenvolvimento de estratégias de comunicação e posicionamento
Marketing sensorial	Contribui para compreensão das experiências multissensoriais	Aplicação de estratégias de comunicação inclusiva e experiência sensorial
Jornada do Usuário	Possibilita visualizar experiências, dificuldades e interações do usuário	Apoio na identificação de necessidades relacionadas ao vestir e ao uso do produto

Fonte: desenvolvido pela autora, 2026.

Articula-se o método *Co-Wear*, aplicado na fase ergonômica do vestuário infantil, garantindo atenção às necessidades de conforto e usabilidade. Já os estudos sobre a deficiência visual e suas tecnologias assistivas (braille, audiodescrição, métodos táteis) orientam a definição de recursos acessíveis a serem incorporados nas etapas de desenvolvimento dos produtos.

As metodologias projetuais de design e moda, como o GODP, Treptow e Sanches, serão utilizadas como guias para estruturar as fases do processo criativo e de desenvolvimento. Por fim, as estratégias de marketing, em especial o uso de

proto-personas, o modelo de abordagem *SAVE* e o marketing sensorial, direcionarão a construção de estratégias comunicacionais e de posicionamento no mercado de moda inclusiva infantil.

Dessa forma, a pesquisa não apenas se ancora em referenciais teóricos sólidos, mas também traduz esses fundamentos em ações práticas que sustentam a proposta de inovação.

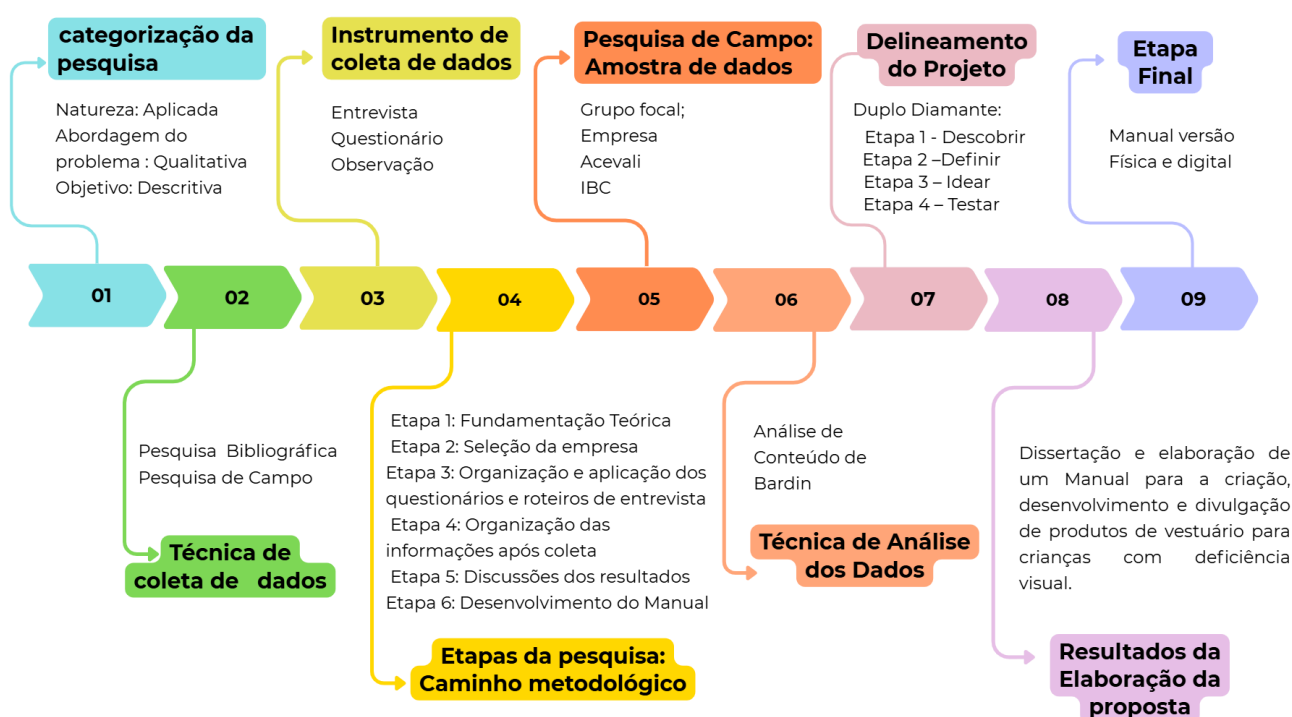
No campo da inclusão, o levantamento sobre a deficiência visual e seus recursos de acessibilidade, como o braille, a audiodescrição, os métodos táteis e o uso do *Little Room*, contribui para identificar estratégias que favorecem a autonomia, a interação sensorial e o desenvolvimento das habilidades cognitivas táteis das crianças com deficiência visual.

Partindo dos aspectos teóricos articulados nesta seção, apresenta-se na seção seguinte os procedimentos metodológicos usados na pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo tem como objetivo apresentar os procedimentos metodológicos que nortearam o desenvolvimento desta pesquisa. A Figura 25 representa os procedimentos metodológicos estruturados para atender ao objetivo geral: Elaborar um manual para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário acessíveis voltados para crianças com deficiência visual.

Figura 25 - Procedimentos Metodológicos



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Descrição da Imagem: A imagem apresenta um fluxograma metodológico colorido e sequencial, organizado em nove etapas conectadas por setas. O esquema reúne informações sobre categorização da pesquisa, coleta e análise de dados, pesquisa de campo, delineamento do projeto pelo método Duplo Diamante e elaboração final de um manual físico e digital voltado ao desenvolvimento de produtos de vestuário para crianças com deficiência visual. Fim da descrição.

3.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA

A presente pesquisa possui caráter aplicado, pois, conforme os pressupostos de Gil (2022), busca gerar conhecimentos voltados à solução de problemas práticos. Nesse sentido, pretende subsidiar o desenvolvimento de um manual direcionado à criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de moda inclusiva, contribuindo para práticas mais acessíveis e sensíveis às necessidades de crianças com deficiência visual.

Quanto aos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, uma vez que visa identificar lacunas, mapear práticas existentes e compreender as possibilidades de articulação entre diferentes áreas do conhecimento no contexto da moda inclusiva. (Lakatos; Markoni, 2024).

Em relação à abordagem metodológica, trata-se de uma pesquisa qualitativa, desenvolvida por meio de análise bibliográfica, levantamento de estudos e entrevistas semiestruturadas com sujeitos envolvidos no contexto investigado (Gil, 2022; Lakatos; Markoni, 2009). Tal abordagem permite uma compreensão aprofundada das experiências, percepções e necessidades relacionadas ao desenvolvimento de produtos inclusivos, fornecendo subsídios para a elaboração do manual proposto.

As informações foram obtidas através de observações, entrevistas e questionários. Isso permite uma compreensão detalhada do caso e compreensões sobre o fenômeno em questão (Martins, 2008; Gil, 2022).

3.1.1 Natureza da pesquisa

Quanto à natureza da presente pesquisa, classifica-se como de natureza aplicada, uma vez que busca gerar conhecimentos voltados à resolução de problemas concretos no contexto do desenvolvimento de produtos de vestuário inclusivo para crianças com deficiência visual.

3.1.2 Abordagem do problema

Quanto à abordagem metodológica, trata-se de uma pesquisa qualitativa, desenvolvida por meio de análise bibliográfica, levantamento de estudos e entrevistas semiestruturadas com sujeitos envolvidos no contexto investigado. Tal abordagem permite uma compreensão aprofundada das experiências, percepções e necessidades relacionadas ao desenvolvimento de produtos inclusivos, fornecendo subsídios para a elaboração do manual proposto.

3.1.3 Objetivo da pesquisa

Manual para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário para crianças com deficiência visual.

3.2 AMOSTRA DA PESQUISA

Participaram da pesquisa associados da ACEVALI (Associação de Cegos do Vale do Itajaí), pais de alunos dos anos iniciais do Instituto Benjamin Constant (IBC) e professores atuantes junto aos alunos dos anos iniciais dessa instituição. A seleção dos participantes ocorreu por adesão voluntária, mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), respeitando os princípios éticos da pesquisa científica.

3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Realizou-se a coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas, técnica que, conforme Lakatos e Marconi (2024), possibilitou-se maior flexibilidade na obtenção de informações, permitindo aprofundamento das questões investigadas. A coleta de dados foi realizada por meio dos seguintes procedimentos:

- a. Entrevistas semiestruturadas com pessoas atendidas no ACEVALI;
- b. Entrevistas semiestruturadas com docentes e mãe de discentes IBC;

- c. Registros em diário de campo;
- d. Análise documental disponibilizado pelo IBC;

Além das entrevistas realizadas com os participantes da pesquisa, foi utilizado um material complementar referente às atividades desenvolvidas no Programa Práticas Educativas para uma Vida Independente (PEVI), do Instituto Benjamin Constant. O documento foi disponibilizado por uma profissional da instituição com o objetivo de auxiliar na compreensão das práticas relacionadas ao vestuário, autonomia e vida independente de pessoas com deficiência visual.

Por não se tratar de uma entrevista, o material não foi submetido ao processo de transcrição, sendo utilizado como fonte documental complementar para apoiar a análise e triangulação dos dados.

3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Considerando que a pesquisa busca compreender percepções, práticas e possibilidades relacionadas ao desenvolvimento e à divulgação do vestuário inclusivo infantil, optou-se pela Análise de Conteúdo como procedimento para interpretação dos dados obtidos. Nessa perspectiva, a Análise de Conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016), apresenta-se como método adequado por possibilitar a organização sistemática das informações e a construção de categorias temáticas capazes de evidenciar significados presentes nos discursos, questionários, entrevistas e demais registros analisados.

A abordagem contribuiu para ampliar a compreensão sobre as relações entre moda inclusiva, aspectos sensoriais, funcionalidade, comunicação e acessibilidade no contexto do vestuário infantil, favorecendo uma interpretação consistente e fundamentada da realidade investigada. A análise foi desenvolvida conforme as três etapas propostas por Bardin (2016):

- a) Pré-análise: organização do corpus da pesquisa, realização da leitura flutuante das entrevistas, questionários e registros obtidos durante a investigação, visando à constituição do material a ser analisado;

b) Exploração do material: codificação e definição de categorias temáticas relacionadas aos eixos da pesquisa, tais como inclusão, acessibilidade, ergonomia, aspectos sensoriais, interatividade, funcionalidade e comunicação no vestuário infantil;

c) Tratamento dos resultados, inferência e interpretação: articulação das categorias construídas com o referencial teórico adotado, buscando compreender como os aspectos investigados contribuem para o desenvolvimento de produtos de moda infantil mais inclusivos, acessíveis e alinhados às necessidades dos usuários.

Desse modo, a análise permitiu identificar oportunidades, desafios e possibilidades para o desenvolvimento e a divulgação de soluções inclusivas no contexto da moda infantil.

4 PESQUISA DE CAMPO – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para a interpretação dos dados obtidos nas entrevistas e observações, utilizou-se a análise de conteúdo proposta por Bardin (2016), organizada em etapas de pré-análise, exploração do material e interpretação dos resultados. A partir das leituras realizadas, foram identificadas categorias temáticas relacionadas às necessidades do público, às dificuldades do mercado e às possibilidades de desenvolvimento de produtos inclusivos.

4.1 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

Com o intuito de compreender aspectos relacionados ao desenvolvimento de produtos voltados à moda inclusiva no contexto da indústria local, foi selecionada como participante da pesquisa a empresa A., atuante no segmento de moda infantil, localizada no município de Gaspar, Santa Catarina.

Para a coleta inicial de informações, foi aplicado um questionário composto por questões abertas, encaminhado aos representantes da empresa por meio digital.

A escolha da empresa ocorreu em razão de sua inserção no setor têxtil infantil da região, bem como pela disponibilidade demonstrada em colaborar com a pesquisa, compartilhando informações sobre seus processos produtivos e seu portfólio de produtos.

Os dados obtidos permitiram identificar características do contexto produtivo da organização, incluindo aspectos relacionados à seleção de materiais, aos processos de confecção e às estratégias de comercialização dos produtos. As informações fornecidas contribuíram para compreender os fatores que influenciam o desenvolvimento de novas propostas no segmento de moda infantil, constituindo subsídios para a análise da relação entre o setor produtivo e as demandas associadas à moda inclusiva.

O instrumento buscou compreender aspectos relacionados ao desenvolvimento de produtos, à estrutura produtiva e às percepções da empresa acerca da incorporação de propostas voltadas à moda inclusiva (Quadro 6).

Quadro 6 – Principais Apontamentos da Empresa.

Categoria de análise	Evidências da Empresa (Gaspar-SC)	Interpretação projetual	Implicação para o design
Custos e investimento elevado	Necessidade de alto investimento inicial para desenvolvimento de produtos inclusivos	A moda inclusiva é percebida como um segmento de maior risco financeiro	Necessidade de soluções com menor complexidade produtiva e otimização de processos
Baixa demanda de mercado	Percepção de pouca procura por produtos inclusivos no varejo	O nicho ainda é visto como restrito ou pouco consolidado comercialmente	Estratégias de design devem considerar escalabilidade e adaptação a outros públicos
Falta de mão de obra qualificada	Dificuldade em encontrar profissionais capacitados para desenvolver produtos acessíveis	Limitação técnica impacta diretamente o desenvolvimento de produtos especializados	Necessidade de soluções com processos produtivos viáveis e replicáveis
Infraestrutura produtiva limitada	Estruturas industriais não adaptadas para demandas específicas de inclusão	O parque fabril não está preparado para adaptações complexas de produto	Priorizar modelagens e processos compatíveis com a cadeia produtiva existente
Risco produtivo e mercadológico	Incerteza sobre retorno financeiro no segmento inclusivo	Decisões industriais são guiadas por segurança de mercado	Importância de demonstrar viabilidade do design através de protótipos e orientações aplicáveis

Fonte: Desenvolvido pela autora (2026).

Além disso, a interação com a empresa A. possibilita compreender como questões relacionadas à funcionalidade, conforto, identificação tátil e estética podem ser integradas ao processo de desenvolvimento de produtos, considerando as demandas de crianças com deficiência visual. Dessa forma, sua contribuição está alinhada aos objetivos da pesquisa ao fornecer subsídios práticos para a proposição de orientações voltadas à moda infantil inclusiva, articulando as necessidades dos usuários às possibilidades reais da indústria.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES PARTICIPANTES

4.2.1 ACEVALI – Associação de Cegos do Vale do Itajaí

A Associação de Cegos do Vale do Itajaí (ACEVALI) é uma instituição sem fins lucrativos localizada na região do Vale do Itajaí, em Santa Catarina, que atua no atendimento e apoio a pessoas com deficiência visual. Sua atuação está voltada à

promoção da inclusão social, autonomia e qualidade de vida de seus associados, por meio de ações que envolvem orientação, capacitação e fortalecimento de vínculos comunitários.

No que se refere à sua estrutura organizacional, a ACEVALI é composta por uma equipe responsável pela gestão administrativa e pelo desenvolvimento de atividades voltadas aos usuários, incluindo ações educativas, sociais e de suporte à acessibilidade. A instituição também atua como espaço de escuta e articulação das demandas da comunidade com deficiência visual, contribuindo para a identificação de necessidades específicas relacionadas ao cotidiano.

No contexto desta pesquisa, a ACEVALI desempenha papel fundamental ao fornecer subsídios sobre as vivências, preferências e dificuldades enfrentadas por pessoas com deficiência visual, especialmente no que diz respeito à funcionalidade, conforto, identificação tátil e autonomia no vestir. As contribuições da instituição auxiliam na compreensão de aspectos práticos que orientam o desenvolvimento de produtos de moda infantil inclusiva, alinhados às necessidades reais dos usuários.

4.2.2 Instituto Benjamin Constant

O Instituto Benjamin Constant (IBC) é uma instituição pública federal vinculada ao Ministério da Educação, reconhecida nacionalmente como referência na área da educação e inclusão de pessoas com deficiência visual. Fundado no século XIX, o instituto desempenha papel central na produção e disseminação de conhecimentos, metodologias e recursos voltados à acessibilidade, educação especializada e comunicação inclusiva.

Sua estrutura contempla diferentes áreas de atuação, incluindo ensino, pesquisa, extensão e produção de materiais acessíveis, como livros em braille, tinta ampliada e recursos táteis. O IBC também desenvolve diretrizes voltadas à adaptação de conteúdos e à promoção da autonomia de pessoas com deficiência visual, contribuindo significativamente para a construção de práticas inclusivas em diferentes setores.

No âmbito desta pesquisa, o Instituto Benjamin Constant é considerado como fonte de referência teórica e documental, especialmente no que diz respeito às

diretrizes de acessibilidade, comunicação tátil e produção de materiais inclusivos. Suas publicações e orientações subsidiam a elaboração de propostas voltadas ao desenvolvimento de vestuário infantil inclusivo, contribuindo para a construção de soluções que considerem aspectos sensoriais, cognitivos e funcionais.

Dessa forma, a articulação entre as contribuições práticas da ACEVALI, o referencial técnico e institucional do IBC fortalece a fundamentação da pesquisa, promovendo uma abordagem que integra teoria e prática no desenvolvimento de produtos de moda inclusiva.

4.2.3 Participantes da pesquisa

A amostra da pesquisa foi composta por 13 participantes, todos adultos, sendo 7 integrantes da Associação de Cegos do Vale do Itajaí (ACEVALI), 3 homens e 4 mulheres, que contribuíram com relatos relacionados às experiências, necessidades e desafios associados ao vestuário. O segundo grupo incluiu 3 mães do Instituto Benjamin Constant (IBC), que forneceram percepções sobre o processo de escolha, uso e apoio no vestir de crianças com deficiência visual, o terceiro grupo foi composto por 3 professoras do Instituto Benjamin Constant (IBC), que contribuíram com conhecimentos técnicos e pedagógicos relacionados à acessibilidade e ao desenvolvimento de recursos inclusivos.

A seleção dos participantes ocorreu de forma intencional, considerando a contribuição de diferentes experiências e conhecimentos para a compreensão do fenômeno investigado.

4.3 CATEGORIAS DE ANÁLISE

A partir da análise de conteúdo (Bardin), as entrevistas foram sistematizadas em categorias temáticas, emergentes do próprio material empírico, considerando recorrências, significados e padrões nas falas dos participantes. A seguir, apresentam-se as categorias analíticas, acompanhadas de recortes representativos e sua interpretação.

4.3.1 Autonomia no Vestir e uso de Tecnologia Assistiva

Nesta categoria, observa-se o fortalecimento da autonomia no processo de escolha e manuseio do vestuário, especialmente a partir do uso de tecnologias assistivas e de estratégias individuais de organização das roupas. Os relatos indicam que tais recursos contribuem para ampliar a independência no ato de vestir-se, favorecendo a identificação das peças, a organização do guarda-roupa e a tomada de decisão no cotidiano.

No que se refere à análise dos dados construídos por meio das entrevistas, evidencia-se que a autonomia no vestir está diretamente relacionada ao acesso à informação sobre as características das peças e à possibilidade de realizar escolhas de forma independente. Entre os participantes da ACEVALI, foram identificados diferentes recursos utilizados para esse fim, incluindo aplicativos de identificação, QR Codes e óculos inteligentes.

Uma das participantes relatou que, após a perda da visão, passou a depender de familiares para a escolha das roupas, mas que a utilização de um dispositivo tecnológico permitiu maior independência em suas decisões cotidianas:

“Faz quatro anos e alguns meses que eu perdi a visão, e eu pedia para o meu marido me deixar a roupa e falar como eu estava, hoje com a tecnologia eu tenho óculos que ele me fala qual é a cor, como é a blusa [...], então hoje eu já sou mais autônoma nas minhas escolhas de sair.”

O relato evidencia que a tecnologia assistiva pode atuar como um importante recurso para ampliar a autonomia, permitindo que a pessoa com deficiência visual tenha acesso a informações que tradicionalmente dependem da percepção visual. Além disso, a participante destaca que, ao longo do processo de adaptação, desenvolveu estratégias táteis para identificar aspectos relacionados ao vestuário, como a posição correta das peças e possíveis inconsistências na combinação dos elementos utilizados.

Outros participantes também mencionaram a organização do guarda-roupa como uma estratégia fundamental para a independência no vestir. As roupas são frequentemente separadas por categorias, ocasiões de uso ou locais específicos, facilitando sua identificação e acesso no cotidiano. Além disso, foram citados

recursos como QR Codes e canetas leitoras, considerados alternativas promissoras para o acesso às informações das peças.

As contribuições do Instituto Benjamin Constant (IBC) reforçam essa compreensão ao evidenciar que a autonomia é desenvolvida por meio de experiências educativas relacionadas às atividades da vida diária. Segundo uma das professoras entrevistadas, o Programa de Práticas Educativas para Vida Independente (PEVI) proporciona experiências voltadas ao desenvolvimento de habilidades cotidianas, incluindo aquelas relacionadas ao vestuário.

Nesse contexto, a autonomia é compreendida não apenas como a capacidade de vestir-se sozinho, mas também como a possibilidade de realizar escolhas, identificar peças, compreender informações e participar ativamente das decisões relacionadas à própria apresentação pessoal. Tais aspectos dialogam com os princípios do Design Centrado no Usuário e da Tecnologia Assistiva, que buscam ampliar a independência e a participação das pessoas com deficiência em diferentes contextos sociais.

Dessa forma, os resultados desta categoria evidenciam a importância de considerar recursos que favoreçam o acesso à informação e a identificação das peças, contribuindo para a construção de diretrizes voltadas ao desenvolvimento de produtos de vestuário mais acessíveis e promotores de autonomia.

4.3.2 Identificação tátil e reconhecimento das peças

Nesta categoria, destacam-se aspectos relacionados à identificação tátil das peças de vestuário e aos mecanismos utilizados para o reconhecimento de suas características. Os relatos evidenciam que a identificação da frente e das costas das roupas, das cores, estampas e materiais constitui uma das principais demandas enfrentadas por pessoas com deficiência visual e seus familiares.

No que se refere à análise dos dados construídos por meio das entrevistas, observou-se que a ausência de referências táteis nas peças pode dificultar o processo de vestir-se com autonomia. Entre as mães entrevistadas no IBC, foram mencionadas estratégias desenvolvidas para auxiliar as crianças na identificação

correta das roupas, como a utilização de etiquetas, laços costurados e referências táteis improvisadas.

Uma das participantes relatou que sua filha apresenta dificuldades para identificar a posição correta das peças, tornando necessária a criação de recursos auxiliares para facilitar a rotina:

"Tênis sempre sem cadarço, nas calcinhas sempre coloco um lacinho na frente para identificar frente e costas."

Além da identificação estrutural das peças, também foram apontadas dificuldades relacionadas ao reconhecimento de estampas e elementos visuais que não apresentam características perceptíveis ao toque. Nesse contexto, as participantes destacaram a importância de recursos sensoriais capazes de tornar essas informações acessíveis.

As contribuições das professoras do Instituto Benjamin Constant reforçam essa necessidade ao evidenciar a relevância da exploração tátil no processo de aprendizagem. Segundo os relatos, diferentes texturas, densidades, pesos e materiais são utilizados como estratégias para ampliar a compreensão do mundo pelas crianças com deficiência visual. O reconhecimento tátil é compreendido como um importante canal de acesso à informação e, conseqüentemente, um recurso capaz de favorecer a identificação das roupas e de seus elementos constitutivos.

Outro aspecto evidenciado refere-se à compreensão das cores. Considerando que a cor é um atributo predominantemente visual, as professoras do IBC relataram a utilização de associações sensoriais, como temperatura, texturas e experiências cotidianas, para auxiliar na construção desse conceito junto às crianças cegas.

Dessa forma, os resultados desta categoria evidenciam a importância de incorporar ao desenvolvimento do vestuário recursos que facilitem a identificação tátil das peças, contribuindo para ampliar a autonomia, a compreensão das informações e a experiência de uso do produto.

4.3.3 Conforto, usabilidade e adaptações do vestuário

Esta categoria reúne aspectos relacionados ao conforto, à facilidade de uso e às adaptações realizadas no vestuário para atender necessidades específicas de

crianças com deficiência visual e deficiências associadas. Os dados evidenciam que fatores como modelagem, fechamento das peças, sensações táteis e ajustes estruturais podem influenciar diretamente a experiência de uso do vestuário.

Neste contexto, está diretamente relacionado à possibilidade de manipular diferentes elementos do vestuário, incluindo botões, zíperes, calçados e acessórios. Nesse contexto, a usabilidade do produto torna-se um aspecto fundamental para favorecer a independência e a participação das crianças em atividades cotidianas.

Diante do exposto, apresenta-se no Quadro 7, as categorias analisadas de acordo com as informações das entrevistas, dos documentos fornecidos pela professora participante do IBC.

Quadro 7 - Categorias de Análises

Categoria	ACEVALI (A)	Mães IBC (M)	Professoras IBC (P)	Síntese analítica
Autonomia no vestir	A1, A3, A5	M1, M2, M3	P2	Os participantes destacam a importância da independência no ato de vestir e as dificuldades encontradas durante esse processo.
Identificação tátil das peças	A2, A4, A6	M1, M3	P1, P3	A identificação das peças por meio do tato é apontada como fator relevante para o reconhecimento e uso do vestuário.
Vestibilidade e conforto sensorial	A1, A5	M2	P2	O conforto e a facilidade de vestir influenciam a experiência de uso e a aceitação das peças.
Organização do vestuário	A3	M1, M3	P1	A organização das roupas contribui para a autonomia e para o reconhecimento das peças.
Comunicação e orientação da peça	A2, A6	M2	P3	Recursos acessíveis de comunicação favorecem a compreensão e identificação do vestuário.

Fonte:Desenvolvido pela autora, 2026.

Dessa forma, os resultados apontam para a necessidade de considerar princípios de conforto, ergonomia e acessibilidade durante o desenvolvimento do vestuário, promovendo experiências mais adequadas às necessidades dos usuários.

4.4 ORIENTAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO MANUAL

A análise dos dados permitiu identificar categorias temáticas relacionadas às experiências, necessidades e desafios enfrentados por crianças com deficiência visual e seus familiares no contexto do vestuário. As categorias foram construídas a partir das entrevistas, observações e materiais complementares analisados, possibilitando compreender aspectos recorrentes associados à autonomia, identificação das peças, conforto, organização do vestuário, comunicação e funcionalidade dos produtos.

A partir da interpretação dos dados, buscou-se estabelecer relações entre as necessidades identificadas e possíveis contribuições do Design de Moda Inclusivo. Dessa forma, cada categoria foi analisada não apenas sob a perspectiva descritiva, mas também projetual, permitindo a identificação de oportunidades para o desenvolvimento de soluções voltadas à acessibilidade, autonomia e usabilidade do vestuário. O Quadro 8 apresenta a síntese desse processo analítico, relacionando as categorias identificadas,

Quadro 8 - Síntese das Informações.

Categoria	Subcategoria / Indicadores	Evidências (exemplos de fala/observação)	Interpretação projetual (cruzamento)	Orientação de design
Autonomia no vestir	dificuldade em vestir/despir; dependência do cuidador; complexidade das peças	“preciso de ajuda para me vestir”; dificuldade com botões e zíperes	Autonomia está diretamente relacionada à simplicidade construtiva da peça e aos sistemas de fechamento	Desenvolver peças com fechamento simplificado e leitura intuitiva do vestir
Identificação tátil das peças	frente/costas; diferenciação entre peças; reconhecimento de roupas semelhantes	confusão entre frente e costas; dificuldade em diferenciar peças parecidas	Falta de referência tátil compromete autonomia e organização do vestir	Inserir marcações táteis diferenciadas e padronizadas por tipo de peça
Vestibilidade e conforto sensorial	conforto ao toque; irritação de tecidos; facilidade de vestir	tecidos que incomodam; preferência por materiais macios	Conforto está diretamente ligado à permanência da peça no corpo e aceitação do uso	Utilizar tecidos macios, sem costuras agressivas e com boa maleabilidade
Organização do vestuário	reconhecimento das roupas; organização no guarda-roupa; padronização visual/tátil	dificuldade em organizar roupas; confusão entre peças semelhantes	A organização influencia diretamente a autonomia e o reconhecimento das peças	Criar sistema de organização visual/tátil para guarda-roupa e conjuntos
Comunicação e orientação da peça	etiquetas; símbolos; referências táteis ou auditivas	etiquetas incompreensíveis; ausência de referência sensorial	A comunicação da peça precisa ser acessível ao toque e compreensão tátil	Desenvolver sistemas de identificação tátil (símbolos, texturas e posicionamento estratégico)
Funcionalidade do design da peça	modelagem; abertura; adaptação ao corpo; praticidade	peças difíceis de vestir; modelagens complexas	A funcionalidade impacta diretamente autonomia e usabilidade	Priorizar modelagens simples, ergonômicas e adaptadas ao vestir independente

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2026.

Os principais indicadores observados nas falas dos participantes, exemplos de evidências encontradas durante a pesquisa, a interpretação projetual decorrente da análise e as respectivas orientações de design. Essas informações constituíram orientações para a elaboração do manual proposto pela pesquisa, servindo como subsídios para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário voltados a crianças com deficiência visual.

De modo geral, os resultados evidenciam que as necessidades relacionadas ao vestuário ultrapassam aspectos exclusivamente estéticos, abrangendo questões associadas à autonomia, identificação das peças, conforto sensorial, organização do guarda-roupa e acesso às informações presentes no produto. Observa-se que pequenas adaptações de design podem contribuir significativamente para a independência dos usuários, favorecendo o reconhecimento das peças, a compreensão de suas características e a realização das atividades cotidianas relacionadas ao vestir.

Nesse sentido, as orientações projetuais apresentadas não devem ser compreendidas como soluções isoladas, mas como informações capazes de auxiliar o desenvolvimento de produtos mais acessíveis e inclusivos. Tais orientações servirão de base para a construção do manual proposto pela pesquisa, articulando os dados obtidos junto aos participantes com princípios de design inclusivo e acessibilidade.

5 DESENVOLVIMENTO DO MANUAL

Para que se estruturasse de maneira estratégica O Manual e sua estrutura, foram organizados alguns pontos importantes do trajeto da pesquisa para que a partir das vivências e das articulações desenvolvidas com a teoria fossem pensados.

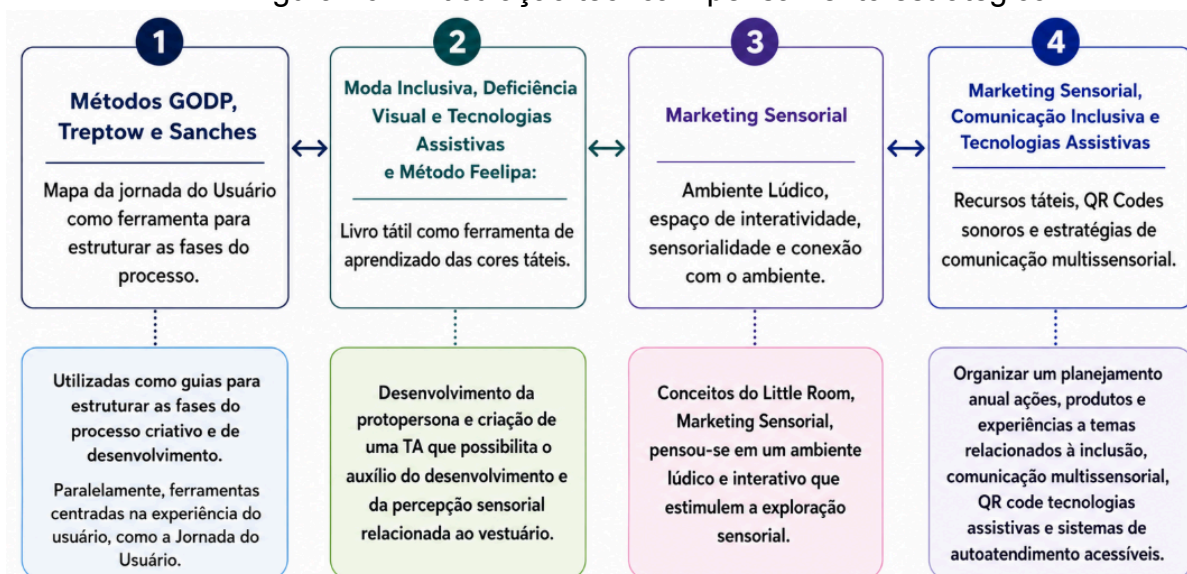
5.1 ARTICULAÇÕES TEÓRICAS: PENSAMENTO ESTRATÉGICO

A partir da base teórica investigada na presente pesquisa, apresenta-se em sequência algumas articulações pensadas de forma estratégica para construir as melhorias e as possibilidades de inovação para o desenvolvimento do manual. A articulação permeia nos seguintes tópicos:

1. Métodos GODP, Treptow e Sanches: Mapa da jornada do Usuário como ferramenta para estruturar as fases do processo;
2. Moda Inclusiva, Deficiência Visual e Tecnologias Assistivas e Método Feelipa: Livro Tátil A Forma da Cor como ferramenta de aprendizado e autonomia;
3. Proto Personas, Little Room, Marketing Sensorial: Ambiente Lúdico, espaço de interatividade, sensorialidade e conexão com o ambiente;
4. Marketing Sensorial, Comunicação Inclusiva e Tecnologias Assistivas: recursos táteis, QR Codes sonoros e estratégias de comunicação multissensorial.

Apresenta-se na Figura 26 a relação entre os referenciais teóricos adotados na pesquisa e as possíveis aplicações práticas derivadas de suas contribuições conceituais.

Figura 26 - Articulação teórica x pensamento estratégico.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2026.

Descrição da imagem: Diagrama composto por quatro blocos conectados por setas bidirecionais, representando os principais referenciais teóricos da pesquisa e suas contribuições para o desenvolvimento de um projeto voltado à moda inclusiva para crianças com deficiência visual. Fim da descrição.

A partir das articulações estabelecidas entre a fundamentação teórica, os dados obtidos na pesquisa de campo e as necessidades identificadas junto aos participantes, foram delineadas propostas e ferramentas que fizeram composição da construção do manual.

5.1.1 Métodos GODP, Treptow e Sanches: Mapa da jornada do usuário como ferramenta para estruturar as fases do processo.

As metodologias projetuais de design e moda, como o GODP, Treptow e Sanches, serão utilizadas como guias para estruturar as fases do processo criativo e de desenvolvimento. Paralelamente, ferramentas centradas na experiência do usuário, como a Jornada do Usuário (Figura 27), que conta a história das ações e ajuda a identificar momentos específicos (Martin; Hanington, 2012), contribuíram para a compreensão das interações, dificuldades e percepções relacionadas ao uso do vestuário infantil inclusivo.

A associação dessas abordagens busca aproximar os aspectos técnicos do desenvolvimento de produto às necessidades reais dos usuários, considerando fatores relacionados à acessibilidade, usabilidade, percepção sensorial, autonomia e experiência estética.

Figura 27 – Mapa da jornada do usuário



Fonte: Elaborado pela autora, com uso de IA, em 2026.

Descrição da imagem – Jornada do Usuário | Moda Infantil Inclusiva: A imagem apresenta um infográfico ilustrado em formato de percurso (semelhante a um jogo de trilha) com o título “Jornada do Usuário – Moda Infantil Inclusiva para crianças com deficiência visual”. O layout utiliza cores vivas e caminhos curvos para representar etapas sequenciais de desenvolvimento de soluções inclusivas voltadas ao vestuário infantil. Fim da descrição.

Ao conhecer melhor esse público, torna-se possível desenvolver soluções mais coerentes com seu cotidiano, ampliando a funcionalidade, a identificação com o produto e a experiência de uso.

5.1.2 Moda Inclusiva, Deficiência Visual e Tecnologias Assistivas e Método Feelipa: Livro Tátil - A Forma da Cor - como ferramenta de aprendizado e autonomia

O Método Feelipa foi selecionado em razão da utilização de formas geométricas como eixo estruturante para a identificação das cores. Essa característica mostra-se particularmente adequada ao público-alvo desta pesquisa, composto por crianças de 2 a 12 anos, cegas e baixa-visão, considerando que o reconhecimento e a diferenciação das formas geométricas fazem parte do processo de aprendizagem desenvolvido na Educação Infantil e nos anos iniciais do Ensino Fundamental, especialmente nas atividades relacionadas à Matemática e ao desenvolvimento cognitivo (Gomes *et al.*, 2023).

No contexto da inclusão, as formas geométricas também são amplamente empregadas em recursos pedagógicos e brinquedos educativos, que favorecem o desenvolvimento de habilidades cognitivas, motoras e perceptivas por meio de atividades de associação, reconhecimento e encaixe de peças (Gomes *et al.*, 2023 ; Domingues ; Licheski, 2017). Apresenta-se na Figura 28 o quebra-cabeça geométrico em EVA é um brinquedo educativo para o desenvolvimento cognitivo de crianças entre 3 a 12 anos. Sua estrutura em 3D estimula a lógica e a coordenação motora fina.

Figura 28 - Brinquedo educativo formas geométricas em 3D.



Fonte: Site de vendas Aliexpress, 2025.

Descrição da Imagem: Tabuleiro quebra-cabeça em formas geométricas em eva com para crianças, as peças são nas cores azul, amarelo, vermelho e bege.

Dentro do contexto apresentado, pensou-se na conexão que poderia haver entre o aprendizado geral da educação infantil e o método Feelipa já que os dois tipos de aprendizados se referem às formas geométricas.

Ao longo da pesquisa, a autora buscou aprofundar seus conhecimentos sobre acessibilidade e inclusão por meio da participação em cursos de capacitação relacionados à temática da inclusão. Entre eles, destaca-se o curso "Como adaptar ou criar uma capa de livro tátil", oferecido pelo Instituto Benjamin Constant (IBC, 2026) na modalidade remota. O curso teve como objetivo orientar a adaptação ou criação de capas de livros em formato tátil, contemplando a utilização de diferentes texturas e a escrita em braille, de forma a ampliar a acessibilidade para pessoas com deficiência visual.

A experiência adquirida durante essa formação contribuiu significativamente para ampliar as possibilidades de aplicação do Método Feelipa no contexto educacional. A partir dessa vivência, surgiu a proposta de desenvolver um livro infantil tátil que apresentasse, de forma lúdica e acessível, a lógica de identificação das cores proposta pelo método, intitulado "A Forma da Cor" (Figura 29). A intenção não era apenas produzir um material complementar, mas criar um recurso pedagógico que possibilitasse às crianças conhecerem e compreenderem o Método Feelipa em um contexto de aprendizagem mais amplo, por meio de histórias, objetos de referência, texturas e recursos táteis.

Figura 29 - Livro Tátil: A Forma da Cor.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2026.

Descrição da Imagem: A imagem é composta por três partes organizadas da esquerda para a direita, com caráter educativo e sensorial, voltado ao ensino de cores e formas geométricas relacionando-os com elementos da natureza e sensações (amarelo/triângulo/sol e azul/círculo/mar e céu), com proposta visual e sensorial de aprendizagem.

No contexto da pesquisa desenvolvida em parceria com o Instituto Benjamin Constant (IBC), observa-se que, além de crianças com deficiência visual (cegas e baixa visão), parte do público atendido apresenta deficiências associadas. Nesse sentido, a aplicação do método pode ampliar sua contribuição, considerando que as formas geométricas constituem recursos frequentemente utilizados em diferentes contextos educacionais para o desenvolvimento de habilidades cognitivas e perceptivas.

Dessa forma, ao entrarem em contato com a aplicação do método no vestuário, as crianças já estariam familiarizadas com sua lógica de associação entre cores e formas geométricas, favorecendo a compreensão, a autonomia e a apropriação desse sistema de identificação das cores. Na Figura 30 apresenta-se a lógica do método Feelipa de maneira adaptada para o uso no vestuário, o formato em que foi sugerido no Manual.

Figura 30 - Método Feelipa adaptado em bordados para peças do vestuário.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2026.

Descrição das imagens: Pannel de cores táteis com as variações de cores e formas. Fim da descrição.

Assim, a utilização do código tátil aplicado ao vestuário pode reforçar essa associação ao relacionar formas geométricas às cores, favorecendo a identificação das peças e contribuindo para a autonomia das crianças durante o ato de vestir.

5.1.3 Proto Personas, Little Room e Marketing Sensorial: Ambiente Lúdico, espaço de interatividade, sensorialidade e conexão com o ambiente

A partir da criação de uma proto-persona, obtém-se a assertividade no delineamento do público e suas necessidades, neste caso, as crianças com deficiência visual. Deste modo, ao estruturar estrategicamente os tópicos teóricos, é possível pensar em melhorias no interior das lojas para proporcionar uma experiência imersiva e segura de modo que se utilize ferramentas e soluções que já são utilizadas em espaços infantis como, salão de beleza, salão de festas, escolas, pracinhas entre outros lugares que recebem crianças, neste caso, focando na segurança e autonomia da criança com deficiência visual.

Criar uma divulgação que não apenas apresenta produtos, mas fortaleça experiências de acolhimento, autonomia e construção de uma cultura inclusiva no vestuário. Nesse contexto, o ambiente da loja também pode atuar como extensão dessa comunicação, incorporando elementos lúdicos e interativos que estimulem a exploração sensorial, o conforto e a aproximação com o público infantil.

Apresenta-se na Figura 31 uma imagem ilustrativa de como poderia ser este espaço.

Figura 31 - Simulação de espaço interativo para o interior de uma loja infantil



Fonte: Desenvolvido pela autora, com uso de IA.

Descrição da imagem: Ambiente lúdico e inclusivo desenvolvido para favorecer a exploração, a conexão e o bem-estar, respeitando diferentes formas de interação e aprendizagem. Fim de descrição.

Espaços acolhedores, recursos táteis e experiências acessíveis contribuem para tornar o momento da compra mais envolvente, inclusivo e significativo.

5.1.4 Marketing Sensorial, Comunicação Inclusiva e Tecnologias Assistivas: recursos táteis, QR Codes sonoros e estratégias de comunicação multissensorial.

De acordo com o Plano de Acessibilidade, Inclusão e Diversidade (TRE- CE, 2023) a divulgação de produtos inclusivos deve ultrapassar a função comercial e atuar como ferramenta de conscientização, representatividade e aproximação com diferentes públicos. Deste modo, organizar um planejamento anual de comunicação,

permite que marcas conectem ações, produtos e experiências a temas relacionados à inclusão e acessibilidade (CEETEPS, 2026).

Como proposta de solução para este tópico, sugere-se, no manual, a estruturação prévia das principais datas comemorativas anuais relacionadas às pessoas com deficiência. Essa organização possibilita a articulação dessas datas com campanhas institucionais e com o desenvolvimento de peças, conectando-as às soluções que a marca pode oferecer ao longo do calendário anual, como visto na figura 32.

Figura 32 - Quadro de direcionamento para as campanhas.

Para cada data, recomenda-se responder quatro perguntas:
Tema : Sobre o que será falado?
Conteúdo: O que será ensinado ou compartilhado?
Produto: Como o vestuário se conecta ao tema?
Experiência: Qual ação fará o público participar?

Fonte: Adaptado do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS).

Descrição da Imagem: Quadro com alguns direcionamentos para a construção das campanhas de marketing.

A divulgação de produtos inclusivos deve ir além da apresentação estética das peças, buscando criar experiências de comunicação acessíveis, educativas e acolhedoras, deste modo uma estratégia eficiente consiste em planejar ações alinhadas ao calendário anual de conscientização, conectando datas relevantes aos valores da marca e ao desenvolvimento de campanhas que promovam inclusão e representatividade (Figura 33).

Figura 33 - Simulação de anúncio comemorativo



Fonte: Desenvolvido pela autora, com uso de IA.

Descrição da imagem é um cartaz promocional com foco em moda inclusiva e conscientização sobre o autismo, utilizando uma estética suave, acolhedora e moderna. Fim da descrição.

Em relação à comunicação multissensorial em si, o uso de alguns recursos alinhados a outros podem contribuir para a identificação e praticidade no momento da escolha das peças nas lojas. Sousa e Silveira (2023) destacam que o QR Code pode ser compreendido como uma interface inclusiva, pois conecta o produto físico a conteúdos digitais acessíveis (Figura 34).

Figura 34- QR Code como recurso tecnológico.



Fonte: Elaborado pela autora, ferramenta de IA.

Descrição da imagem: À esquerda, tag com Qr code informativo sobre as características da peça. À direita, Qr code aplicado à peça. Fim da descrição.

Assim, sua aplicação no vestuário contribui para reduzir barreiras comunicacionais e fortalecer práticas de design inclusivo no setor de moda, favorecendo a mediação da informação por meio de recursos como a audiodescrição e leitores de tela.

Nesse sentido, recursos de apoio ao atendimento, como tecnologias assistivas e sistemas de autoatendimento acessíveis, podem complementar a mediação humana e contribuir para experiências de compra mais independentes e inclusivas. Apresenta-se na Figura 35 uma imagem ilustrativa de uma solução alinhada à diversos recursos de acessibilidade.

Figura 35: Imagem ilustrativa, terminal de autoatendimento acessível



Fonte: Elaborado pela autora, 2026.

Descrição da imagem: A imagem apresenta um conceito de terminal de autoatendimento acessível instalado em uma loja de moda infantil, pensado para ampliar a autonomia na escolha de vestuário.

Deste modo, ao proporcionar a combinação de algumas estratégias tecnológicas, possibilita-se a configuração e o alinhamento de práticas mais inclusivas. Um bom atendimento oferece agilidade, praticidade e principalmente, acolhimento. Pessoas com deficiência representam um público consumidor relevante e devem encontrar nos ambientes comerciais condições que favoreçam sua autonomia.

No contexto do vestuário infantil, pensar em acessibilidade envolve considerar que cada criança deve ter oportunidades de participar de maneira mais autônoma das experiências relacionadas ao vestir, ao escolher e ao se expressar por meio das roupas. Mais do que atender necessidades específicas, projetar para a diversidade, é preciso cuidado e empatia.

Entende-se que soluções inclusivas não substituem o cuidado humano, mas ampliam possibilidades de participação, fortalecem a independência e favorecem experiências mais acolhedoras nos diferentes espaços de convivência, incluindo o ambiente comercial.

Apresenta-se em seguida as imagens do Manual.





Descrição da Capa: Imagem apresenta um Manual, na parte inferior, uma criança tateando uma peça de roupa azul marinho com escrita em braille na etiqueta da roupa.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA
UDESC

MANUAL DE DESENVOLVIMENTO E DIVULGAÇÃO
DE PRODUTOS PARA CRIANÇAS COM
DEFICIÊNCIA VISUAL

Daniele dos Santos de Oliveira de Vasconcellos

ORIENTADORA
Icléia Silveira

Florianópolis
2026



Sumário

01

1 Criação de produtos	09
1.1 Quem é o usuário?.....	15
1.2 Mapeamento de Necessidades do Vestir	16
1.3 Checklist de criação inclusiva.....	17
1.4 Painel de referências inclusivas.....	17
1.5 Exercício “Repensando o produto”.....	18
1.6 Cartões de atributos inclusivos.....	18

02

2 Desenvolvimento19

2.1 Exercício “Repensando o produto”.....21

2.2 Seleção de materiais.....22

2.3 Desenvolvimento da modelagem.....23

2.4 Desenvolvimento dos recursos inclusivos24

2.4.1 Identificação tátil.....25

2.4.1.1 *Etiquetas táteis em relevo*.....26

2.4.1.2 *Cor Tátil - Método FEELIPA*....27

2.4.2 Tags Táteis.....32

2.4.2.1 *Tag em Braille*.....32

2.4.2.2 *Tag Tátil em Design de Superfície*.....33

2.4.3 Estampas em alto-relevo.....34

2.4.3.1 *Bordado em Alto Relevo*.....34

2.4.3.2 *Estampa Puff (expansiva)*.....35

2.4.3.3 *Aplicações Térmicas*.....36

2.4.4 Orientação Frente e Costas.....38

2.4.5 - Abertura e Fechamento Facilitado.....39

2.4.6 - Qr Code.....40

2.5 Protótipo e testes.....41

2.6 Produto refinado.....42

03

3 Divulgação de Produtos43

3.1 Planejamento de comunicação
inclusiva.....45

3.1.1 Estrutura para cada campanha..
.....46

3.2 Planejamento de um espaço
interativo.....49

3.3 Terminal de autoatendimento
interativo.....50

04

4 Referências..... 52

Prefácio

A moda está presente em diferentes momentos da vida. Ela comunica, acolhe, protege e também participa das experiências que construímos diariamente.

Quando pensamos no vestuário infantil, pensamos também em conforto, movimento, descobertas, autonomia e identidade.

Este manual nasce a partir da percepção de que muitas soluções inclusivas podem ser mais simples e acessíveis do que parecem.

Em diversos casos, pequenas mudanças no desenvolvimento de uma peça como a escolha de um tecido mais confortável, a inclusão de uma identificação tátil ou um fechamento mais funcional já podem transformar significativamente a experiência de uso de uma criança com deficiência visual.





Quer tornar sua marca mais inclusiva ?

Mas não sabe por onde
começar ...



Este manual tem como objetivo orientar a criação, o desenvolvimento e a divulgação de produtos de vestuário voltados para crianças com deficiência visual, considerando aspectos sensoriais, funcionais e comunicacionais.

A proposta fundamenta-se na compreensão do vestuário como um elemento que vai além da dimensão estética, atuando como mediador da autonomia, da percepção corporal e da inclusão social (Brogin; Schemes, 2024) .

Destina-se a:

1. Profissionais da indústria da moda;
2. Designers;
3. Pesquisadores;
4. Estudantes de moda;
5. E todos aqueles interessados em desenvolver produtos mais acessíveis e inclusivos, contribuindo para a ampliação de possibilidades no mercado de moda infantil.



Quer começar a tornar sua
marca mais inclusiva, mas não
sabe por onde começar?

Que tal conhecer um pouco
mais sobre inclusão e algumas
soluções já existentes no
mercado ?



01

Criação de Produtos



Descrição da imagem: Ilustração de um menino usando óculos tateando uma blusa amarela. Fim da descrição.

A criação de produtos é uma etapa muito particular de cada criador ou marca. Cada empresa possui seu próprio DNA criativo, identidade visual, estilo e forma de desenvolver suas coleções. Por isso, não existe uma única maneira de criar (Treptow, 2013).

Ao mesmo tempo, existem etapas e decisões que costumam estar presentes na maioria dos processos de desenvolvimento de produto, como a escolha de tecidos, aviamentos, modelagem, acabamentos e definições técnicas. Em geral, o desenvolvimento segue um percurso com início, meio e fim até chegar ao produto final (Sanches, 2016).

É nesse momento que este Manual busca contribuir. Em vez de alterar a identidade da marca ou limitar o processo criativo, apresenta recursos, estratégias e possibilidades que podem ser incorporados ao fluxo de desenvolvimento já existente para favorecer a criação de produtos mais inclusivos.

A proposta é demonstrar que pequenas adaptações realizadas desde as etapas iniciais do projeto podem ampliar a acessibilidade e a experiência de uso sem exigir mudanças radicais ou investimentos muito além do orçamento já previsto para o desenvolvimento do produto.

1 - Criação de Produtos:

Nesta etapa ocorre a criação do produto a partir da identidade da marca e das necessidades do público (Treptow,2013). Para produtos de moda infantil inclusiva, recomenda-se considerar:

- 1.Definição do conceito do produto considerando funcionalidade, acessibilidade e experiência sensorial;
- 2.Construção de painéis conceituais e de referência orientados pelo universo infantil e pelas necessidades do usuário;
- 3.Pesquisa de referências relacionadas à moda inclusiva, materiais, recursos sensoriais e soluções acessíveis;
- 4.Elaboração de croquis e geração de alternativas com foco em autonomia, conforto e facilidade de uso;
- 5.Experimentação de formas, modelagens, cores, texturas, tecidos e aviamentos adequados ao público;
- 6.Consideração de elementos que favoreçam identificação tátil, orientação da peça e independência no vestir;
- 7.Análise das possibilidades de adaptação dos produtos sem descaracterizar a identidade criativa da marca.

O foco da criação está em gerar soluções ou observar soluções já existentes e reinterpretá-las de acordo com os objetivos do projeto, transformando intenções projetuais em propostas iniciais de produto.

No contexto da moda infantil inclusiva, essa etapa envolve identificar recursos que favoreçam acessibilidade, autonomia e experiência de uso, incorporando essas estratégias desde o início do processo criativo.

Uma boa forma de iniciar o processo criativo de produtos é observar quem será o usuário e compreender quais necessidades, expectativas e experiências ele busca encontrar nas marcas.

Ao conhecer melhor esse público, torna-se possível desenvolver soluções mais coerentes com seu cotidiano, ampliando a funcionalidade, a identificação com o produto e a experiência de uso.

Para auxiliar nesse processo, apresenta-se a seguir a [Jornada do Usuário](#) (Martin; Hanington, 2012), uma ferramenta que organiza informações sobre a persona e contribui para orientar decisões durante a criação e o desenvolvimento dos produtos.



Descrição da Imagem : A imagem apresenta um infográfico ilustrado em formato de percurso (semelhante a um jogo de trilha) utiliza cores vivas e caminhos curvos para representar etapas sequenciais de desenvolvimento de soluções inclusivas voltadas ao vestuário infantil.

1.1 Quem é o usuário?

Proto-persona ou Persona (Trauer; Valdati, 2023).

1. Uma ficha simples para organizar:
2. Faixa etária;
3. Nível de visão (cegueira, baixa visão etc., o que fizer sentido no recorte);
4. Preferências;
5. Rotina;
6. Dificuldades com o vestir;
7. Interesses da criança;
8. Expectativas da família/cuidador.

ISA, 9 ANOS



PERFIL
Estudante do ensino fundamental, mora com os pais e uma irmã mais velha. É curiosa, criativa e adora histórias e atividades manuais.

CONDIÇÃO DE SAÚDE
Baixa visão (acuidade visual reduzida) e dificuldade de locomoção. Usa óculos e bengala de apoio.

CARACTERÍSTICAS
Inteligente, determinada e comunicativa. Gosta de aprender, fazer amigos e participar das atividades na escola.

1 PERSONA: ISA

Explorar o mundo com as mãos, ouvir com o coração e enxergar possibilidades todos os dias.

2 UM DIA NA VIDA

Isa vai à escola com o apoio da família e dos professores. Participa das aulas com interesse, especialmente as que envolvem histórias, artes e descobertas. No recreio, brinca com os amigos e adora atividades criativas. Em casa, gosta de ouvir audiolivros, fazer dobraduras e explorar novos materiais com as mãos.

3 PERSONALIDADE

Curiosa, alegre, sensível e observadora.
Gosta de aprender coisas novas, fazer amigos e se expressar através de desenhos e histórias.
Tem muita imaginação e empatia.

4 CARACTERÍSTICAS / ATITUDES

- Usa recursos visuais ampliados, táteis e auditivos.
- Prefere ambientes organizados e seguros para se locomover.
- Tem autonomia com ajuda de tecnologias assistivas.
- Gosta de etiquetas táteis e recursos acessíveis.

OBJETIVOS DE MOTIVAÇÃO DE VIDA

- Aprender com prazer e se sentir incluída na escola.
- Ser reconhecida por quem é, e não por suas limitações.
- Desenvolver autonomia e confiança nas atividades do dia a dia.

5 ATIVIDADES, DESAFIOS, NECESSIDADES E OPORTUNIDADES

TEM RELACIONAMENTOS

- Faz amizades com facilidade quando se sente acolhida.
- Gosta de trabalhar em grupo em atividades criativas.
- Precisa de ambientes inclusivos e livres de barreiras.

PRECISA DESENVOLVER

- Leitura independente com recursos acessíveis.
- Mobilidade com segurança e autonomia.
- Identidade e autoestima através da inclusão.

STATUS ATUAL

- Usa óculos e bengala de apoio.
- Necessita de materiais adaptados (leitura ampliada, contrastes, etiquetas táteis).
- Já utiliza tecnologia com apoio da escola e família.

Descrição da Imagem: Ilustração de uma menina chamada Isa, com cabelo castanho curto, usando óculos e camiseta lilás com flores, segurando uma bengala de apoio. Ao lado da personagem, um quadro organizado em tópicos. Fim da Descrição.

15

1.2 Mapeamento de Necessidades do Vestir

O que a criança precisa?	O que dificulta hoje?	Oportunidade de projeto
Identificar frente e costas	Etiquetas pequenas ou ausência de diferenciação	Inserir elementos táteis, relevos ou marcações internas
Vestir-se com maior autonomia	Aberturas e fechamentos difíceis	Utilizar Abertura e fechamentos facilitados
Sentir conforto durante o uso	Tecidos ásperos, costuras aparentes ou excesso de aviamentos	Priorizar materiais macios e construção confortável
Explorar e compreender a peça pelo toque	Pouca variação sensorial e ausência de orientação	Incorporar texturas seguras e elementos táteis orientadores
Reconhecer cores, estampas ou categorias das roupas	Informações apenas visuais	Aplicar identificação tátil ou sistemas acessíveis de reconhecimento
Movimentar-se com segurança e liberdade	Modelagem restritiva ou excesso de volume	Desenvolver peças com ergonomia e facilidade de movimento
Participar das escolhas do vestir	Dependência constante de apoio para selecionar e usar roupas	Criar recursos que favoreçam autonomia e identificação das peças

1.3 Checklist de criação inclusiva

Algo rápido para consultar durante os croquis:

- ☐ O produto favorece autonomia?
- ☐ Existe orientação tátil?
- ☐ O tecido é confortável?
- ☐ Existem contrastes visuais?
- ☐ Os aviamentos são seguros?
- ☐ A peça permite vestir com facilidade?
- ☐ Há elementos sensoriais excessivos?

1.4 Painel de referências inclusivas

Não apenas inspiração estética, mas como fonte de consulta de possibilidades ou ainda materiais e soluções técnicas que a própria empresa já esteja utilizando.

Dividir em:

- 1.Referências formais;
- 2.Referências sensoriais;
- 3.Referências de materiais;
- 4.Referências de comunicação.
- 5.Referências de soluções inclusivas;

1.5 Exercício “Repensando o produto”

Escolher uma peça tradicional e perguntar:

Como esta peça poderia:

1. Ser reconhecida pelo toque?
2. Facilitar vestir/despir?
3. Estimular autonomia?
4. Melhorar conforto?

1.6 Cartões de atributos inclusivos

Um conjunto de palavras para estimular criação:

1. Acessível
2. Tátil
3. Confortável
4. Autônomo
5. Lúdico
6. Durável
7. Intuitivo
8. Sensorial
9. Adaptável

Selecionar 3–5 palavras para cada produto.

02

Desenvolvimento



Descrição da imagem: Ilustração de um menino usando óculos tateando uma blusa amarela ao fundo peças de roupas coloridas. Fim da descrição.

Após a etapa de criação e definição das propostas iniciais, inicia-se o desenvolvimento do produto. Neste momento, as ideias passam a ser avaliadas, refinadas e transformadas em soluções aplicáveis ao contexto real de uso e produção (Sanches, 2016).

No desenvolvimento de produtos inclusivos, o objetivo não está apenas na adaptação estética da peça, mas na incorporação de recursos que ampliem conforto, autonomia, compreensão do produto e experiência de uso. Pequenas decisões tomadas nesta fase podem influenciar diretamente a forma como a criança interage com o vestuário.

Para isso, recomenda-se observar aspectos como:

1. Escolha de tecidos e materiais adequados ao toque e ao uso infantil;
2. Presença de elementos que auxiliem na identificação e orientação da peça;
3. Facilidade para vestir e retirar o produto;
4. Conforto sensorial e redução de possíveis desconfortos;
5. Adequação da modelagem ao movimento e à rotina da criança;
6. Seleção de aviamentos seguros e de fácil manipulação;

Nem todas as soluções precisam estar presentes em um único produto. O desenvolvimento consiste em identificar quais recursos fazem sentido para cada proposta, considerando o usuário, o objetivo da peça e a viabilidade do processo produtivo.

2.1 Exercício “Repensando o produto”

Nesta etapa, as ideias geradas anteriormente começam a ser transformadas em soluções aplicáveis ao produto final. O objetivo é validar escolhas e adaptar detalhes para tornar a peça funcional, acessível e compatível com o processo produtivo (Sanches, 2016; Treptow, 2013).

Tradução do conceito para o produto: Pannel pequeno com conceito + croqui + peça inicial.

Pergunta: Como o conceito aparece no produto?



Descrição da Imagem: Pannel fundo branco com etapas de desenvolvimento do vestuário, amostras de tecidos texturizados, persona menina, flor de lavanda, camiseta lilás. Fim da descrição.

2. 2 Seleção de materiais

Amostras de tecido, aviamentos e acabamentos.

Avaliar:

- ☐ Toque
- ☐ Conforto
- ☐ Durabilidade
- ☐ Segurança
- ☐ Possibilidade de estímulo tátil

Soluções:

1. Tecidos com toque suave;
2. Acabamentos internos confortáveis;
3. Aplicações táteis.



Descrição da Imagem: Painel fundo branco com amostras de tecido texturizados bege e azul, botão bege e código de cor tátil. Fim da descrição.

2.3 Desenvolvimento da modelagem



Descrição da imagem: Painel visual de desenvolvimento de peça, desenho técnico da peça, com anotações dos testes do protótipo, Camiseta bege com símbolo de cor tátil bege, calça jeans com símbolo de cor tátil azul. Fim da descrição.

Observar:

- ☐ Facilidade de vestir
- ☐ Mobilidade
- ☐ Ergonomia
- ☐ Ajustes necessários

Soluções:

abertura ampliada;
modelagem simplificada;
redução de etapas no vestir.

2.4 Desenvolvimento dos recursos inclusivos

Tipos de Soluções Inclusivas:
2.4.1- Identificação Tátil: 2.4.1.1 Etiquetas Táteis em Relevo; 2.4.1.2 Cor Tátil - Método FEELIPA;
2.4.2 - Tags: 2.4.2.1 Tag em Braille; 2.4.2.2 Tag tátil em Design de Superfície;
2.4.3 - Estampa em Alto Relevo: 2.4.3.1 Bordado em Alto Relevo; 2.4.3.2 Estampa em Relevo (PUFF); 2.4.3.3 Aplicações Térmicas;
2.4.4 Orientação Frente e Costas;
2.4.5 - Fechamento Facilitado
2.4.6 - Qr Code

2.4.1 Identificação tátil

A identificação tátil constitui um recurso importante para ampliar a autonomia, a compreensão e a experiência de uso de produtos de vestuário por crianças com deficiência visual. Por meio da aplicação intencional de texturas, relevos, códigos táteis e outros elementos perceptíveis ao toque, torna-se possível facilitar o reconhecimento de informações relacionadas ao produto, como diferenciação de cores, orientação de uso, frente e costas da peça, tamanhos, combinações e elementos estéticos.

No contexto do vestuário inclusivo, a identificação tátil não se restringe à função informativa, mas também contribui para experiências sensoriais mais significativas, promovendo maior independência, participação e interação com a roupa. A exploração tátil aplicada ao vestuário pode ampliar experiências sensoriais e favorecer processos de percepção e interação da criança com deficiência visual (Bononi; Domiciano, 2018).

Assim, esta seção apresenta princípios e possibilidades de aplicação de recursos táteis no desenvolvimento de produtos acessíveis.

2.4.1.1 Etiquetas táteis em relevo

Aplicação de símbolos, letras, números ou formas em alto-relevo para indicar:

1. Tamanho;
2. Composição;
3. Instruções básicas de cuidado.

Imagem Ilustrativa gerada com a ferramenta IA



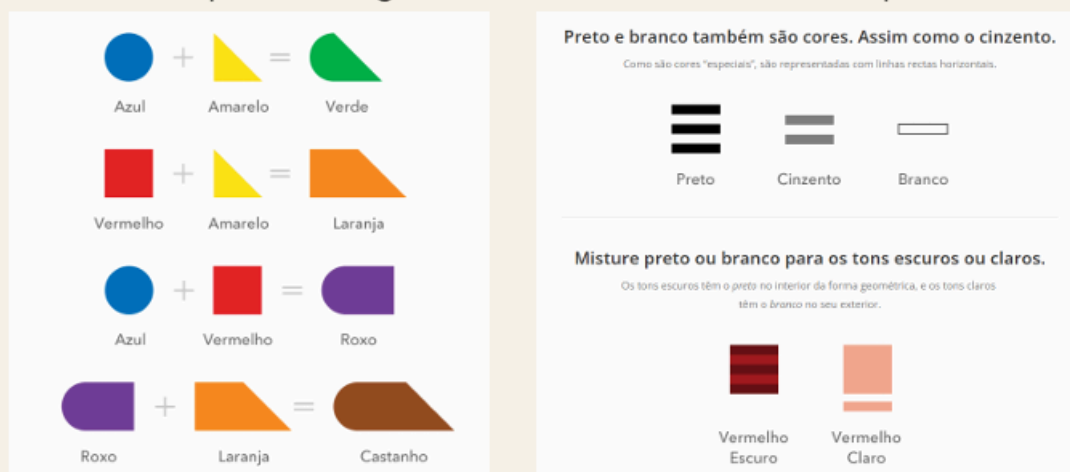
Descrição da imagem: Etiqueta de composição da peça com informativo sobre as características da peça em Braille. Fim da descrição.

2.4.1.2 Cor Tátil - Método FEELIPA

O método FEELIPA organiza as cores a partir de formas geométricas em relevo, associando cada cor primária a um símbolo específico: círculo, quadrado e triângulo (Krone; Oliveira; Rizzi, 2020).

As cores secundárias resultam da combinação dessas formas, simulando a mistura cromática por sobreposição de símbolos. Já o preto e o branco são representados por traços, funcionando como referências neutras no sistema. Dessa forma, o método cria uma lógica tátil de associação e combinação das cores por meio de códigos geométricos.

Sequência Lógica das cores do método Feelipa



Fonte: FEELIPA COLOR CODE. Disponível em: <https://feelipa.com/>. Acesso em: 15 jun. 2026.

Sequência Lógica da variação das cores do método Feelipa



Fonte: FEELIPA COLOR CODE. Disponível em: <https://feelipa.com/>. Acesso em: 15 jun. 2026.

Baseando-se na lógica do código FEELIPA, é possível aplicar o método em projetos têxteis, adaptando suas formas geométricas e códigos sensoriais para superfícies, texturas e relevos no vestuário.

Código das cores do método Feelipa adaptado para aplicação Têxtil



Fonte: Elaborado pela autora com base no FEELIPA Color Code (FEELIPA, 2026; KRONE; OLIVEIRA; RIZZI, 2020).

Código das cores do método Feelipa adaptado para aplicação Têxtil

Deste modo, sugere-se como solução para auxiliar na identificadocação das cores, o uso do método Feelipa, de forma adaptada em bordados nas peças do vestuário.

Imagem Ilustrativa gerada com a ferramenta IA



Fonte: Elaborado pela autora adaptado de FEELIPA Color Code (FEELIPA, 2026; KRONE; OLIVEIRA; RIZZI, 2020).

Descrição das imagens: Painel de cores táteis com as variações de cores e formas. Fim da descrição.

Apresenta-se, na sequência, a continuidade das cores do método Feelipa, evidenciando suas variações cromáticas e ampliando as possibilidades de aplicação do sistema de identificação visual em contextos de design inclusivo e acessibilidade sensorial.

Imagem Ilustrativa gerada com a ferramenta IA



Fonte: Elaborado pela autora adaptado de FEELIPA Color Code (FEELIPA, 2026; KRONE; OLIVEIRA; RIZZI, 2020).

Descrição das imagens: Painel de cores táteis com as variações de cores e formas. Fim da descrição.

Exemplo de aplicação da cor tátil



Aplicação da cor
tátil amarelo

Descrição das imagens: Foto de camiseta amarela com identificação de cor tátil representado por um triângulo amarelo, em bordado aplicada na altura da bainha da peça. Fim da descrição.

2.4.2 Tags Táteis

Em propostas de moda inclusiva, as tags podem incorporar recursos de acessibilidade/ como relevo, códigos táteis, braille, texturas ou tecnologias interativas, ampliando a autonomia e a compreensão das informações pelo consumidor.

2.4.2.1 Tag em Braille

A tag em braille atua como um elemento de comunicação acessível incorporado ao produto, sua aplicação contribui para a independência na identificação e utilização do vestuário, que favorece usabilidade, orientação e experiência do usuário.

Imagem Ilustrativa gerada com a ferramenta IA



Descrição da imagem: Tag com informativo sobre as características da peça em Braille. Fim da descrição.

2.4.2.2 Tag Tátil em Design de Superfície

No contexto do vestuário acessível, a tag tátil com elementos de design de superfície e a etiqueta interna desempenham funções complementares no processo de identificação da peça.

Enquanto a tag auxilia o usuário no momento da seleção do produto no ambiente de compra, a etiqueta interna contribui para o reconhecimento e utilização cotidiana da roupa (Turcatto; Silveira, 2021).

A integração desses elementos favorece uma identificação mais completa e amplia a autonomia de pessoas com deficiência visual durante a experiência de consumo e uso do vestuário



Fonte: Turcatto e Silveira (2021).

Descrição da Imagem: A imagem apresenta etiquetas táteis baseadas no Método Feilipa. Algumas partes parecem em relevo, indicando a possibilidade de leitura tátil. Fim da descrição.

2.4.3 Estampas em alto-relevo

2.4.3.1 Bordado em Alto Relevo

Aplicação de linhas ou formas perceptíveis ao toque.

Exemplos:

1. Nuvem bordada com relevo;
2. Estrela texturizada;
3. Caminhos para exploração tátil.

Pode ser decorativo e informativo ao mesmo tempo.



Descrição da imagem: À esquerda, uma estrela texturizada, ao centro a letra A em um bordado, à esquerda duas cerejas com galho e folha em bordado. Fim da descrição.

2.4.3.2 Estampa Puff (expansiva)

Técnica de estamparia que cria volume na superfície.

1. Aplicações;
2. Números;
3. Elementos gráficos;
4. Áreas que indiquem orientação da peça;
5. Padrões sensoriais.

Exemplo: estampa localizada com textura em alto relevo para facilitar reconhecimento.

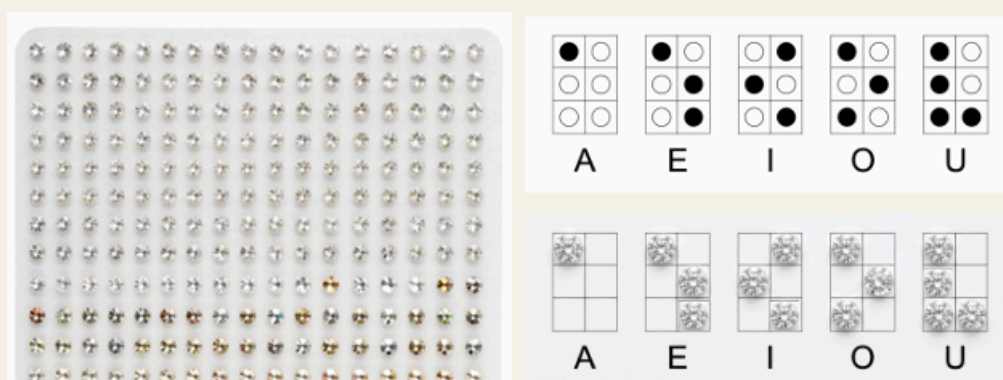


Descrição da imagem: Imagem estampa de dinossauro, localizada, em alto relevo, na cor off white em técnica PUFF . Fim da descrição.

2.4.3.3 Aplicações Térmicas

Alguns materiais amplamente utilizados no desenvolvimento de coleções podem ser adaptados para incorporar recursos inclusivos sem comprometer a estética e a identidade do produto, demonstrando que funcionalidade e design podem coexistir e contribuir para experiências de uso mais autônomas.

Abaixo um modelo de adaptação de strass termocolante em escrita em Braille.



Descrição da imagem: À direita, Imagem de uma cartela de strass, à esquerda vogais em Braille e Vogais em Braille escrito com as pedrinhas de Strass. Fim da descrição.

Exemplo de uso das Aplicações Térmicas

T-SHIRT INCLUSIVA COM ESCRITA EM BRAILLE

A escrita em Braille feita com aplicação de strass une acessibilidade, estilo e representatividade, promovendo inclusão e autonomia.

ACESSÍVEL
Escrita em Braille que pode ser lida ao toque.

CONFORTÁVEL
Tecido macio e leve, ideal para o uso diário infantil.

DELICADO E DURÁVEL
Aplicação de strass fixada com tecnologia de alta resistência.

INCLUSIVA E AFETIVA
Estimula o pertencimento, a empatia e o respeito às diferenças.

DETALHES DA APLICAÇÃO

Aplicação de strass em relevo que permite a leitura tátil da mensagem.

A palavra "VOCÊ IMPORTA" em Braille, um lembrete de autoestima e inclusão.

CORES DISPONÍVEIS

COMO FUNCIONA

Desenvolvimento da mensagem em Braille → Aplicação individual dos strass com precisão → Peça pronta com significado e inclusão.

IDEAL PARA

- Crianças com deficiência visual
- Crianças neurodivergentes
- Todas as crianças
- Famílias que valorizam inclusão e empatia

Mais do que uma camiseta, uma mensagem que pode ser sentida.

Descrição da imagem: Imagem de um painel com camiseta com escrita em alto relevo e em Braille com a frase: Você Importa. Fim da descrição.

2.4.4 Orientação Frente e Costas

A identificação da frente e das costas da peça de vestuário é um dos pontos mais críticos no processo de vestir para pessoas com deficiência visual, uma vez que a ausência de referências visuais pode dificultar a orientação correta da roupa antes e durante o uso. Essa etapa, embora simples para usuários videntes, exige estratégias táteis ou sensoriais quando aplicada ao design inclusivo, de modo a garantir autonomia e reduzir erros na hora de vestir.

Nesse sentido, soluções como etiquetas táteis posicionadas de forma padronizada, diferenças estruturais perceptíveis ao toque (como texturas distintas entre frente e costas), variações de costura, aplicação de relevos sutis ou até elementos funcionais, como pequenos nós, laços ou aplicações em alto-relevo, podem atuar como códigos de leitura tátil. Esses recursos permitem que a pessoa identifique com mais facilidade a orientação correta da peça, promovendo maior independência, conforto e segurança no uso do vestuário.



Descrição da imagem: Imagem de uma camiseta com identificação que diferencia frente com estampa de flores e costas com coração ambos em alto relevo. Fim da descrição.

2.4.5 - Abertura e Fechamento Facilitado

O ato de vestir envolve uma sequência de ações até sua conclusão, exigindo coordenação motora e reconhecimento das partes da peça.

Para pessoas com deficiência visual, esse processo pode se tornar mais complexo, especialmente na identificação de elementos menores e na execução de etapas como abertura e fechamento de roupas.

Nesse sentido, apresentam-se algumas soluções de design que podem facilitar e tornar mais autônomo esse processo de vestir.



Descrição da imagem: Pannel de imagens de peças de roupas com soluções adaptativas.

2.4.6 - Qr Code

O uso do QR Code no vestuário configura-se como um recurso tecnológico de grande relevância para a promoção da acessibilidade e autonomia. Ao permitir o acesso rápido a informações detalhadas sobre a peça essa tecnologia amplia significativamente a experiência de compra.

Nesse sentido, Sousa e Silveira (2023) destacam que o QR Code pode ser compreendido como uma interface inclusiva, pois conecta o produto físico a conteúdos digitais acessíveis, favorecendo a mediação da informação por meio de recursos como a audiodescrição e leitores de tela. Assim, sua aplicação no vestuário contribui para reduzir barreiras comunicacionais e fortalecer práticas de design inclusivo no setor de moda.

Imagem Ilustrativa gerada com a ferramenta IA



TAG INTERATIVA

Por meio de QR Code ou NFC, conecta o consumidor a conteúdos digitais exclusivos.



Descrição da imagem: À esquerda, tag com Qr code informativo sobre as características da peça. À direita, Qr code aplicado à peça. Fim da descrição.

2.5 Protótipo e testes

VERIFICAR:

FUNCIONOU COMO ESPERADO?

O USUÁRIO COMPREENDEU A PEÇA?

O VESTIR FICOU MAIS SIMPLES?

REGISTRAR:

MANTER

AJUSTAR

RETIRAR

PROTÓTIPO

FRENTE

COSTAS

DETALHES TÁTEIS (FEELIPA)

BEGE = CAMISA

AZUL = CALÇA

OBSERVAÇÕES

ASPECTO	AValiação	OBSERVAÇÃO	AÇÃO
FUNCIONALIDADE	Funcionou como esperado.	Abertura nas costas facilitou o vestir.	MANTER
COMPREENSÃO	Usuário compreendeu a peça.	Símbolos táteis foram identificados com facilidade.	MANTER
VESTIR	Vestir ficou mais simples.	Redução de etapas e maior autonomia.	MANTER
AJUSTES	Peça confortável e com boa mobilidade.	Ajuste leve no elástico da cintura pode melhorar o caimento.	AJUSTAR

Descrição da imagem: Painel visual de desenvolvimento de peça com anotações dos testes do protótipo, Camiseta bege com símbolo de cor tátil bege, calça jeans com símbolo de cor tátil azul. Fim da descrição.

Verificar:

- ☐ Funcionou como esperado?
- ☐ O usuário compreendeu a peça?
- ☐ O vestir ficou mais simples?

Registrar:

- manter
- ajustar
- retirar

2.6 Produto refinado:



Descrição da imagem: Comparação entre duas propostas de vestuário infantil. À esquerda, peça com excesso de estímulos visuais e detalhes. À direita, versão refinada com redução de elementos e melhor organização visual para facilitar reconhecimento e autonomia.

Modificações no projeto:

- 1.Redução de estampas;
- 2.Redução das informações nas peças;
- 3.Peças mais minimalistas;
- 4.Restruturação abertura e fechamento da peça;

03

Divulgação de Produtos Inclusivos



Descrição da imagem: Menino de camisa amarela e laranja olhando uma placa colorida bem de perto. Fim da descrição.

Antes de definir os canais e materiais de divulgação, é importante compreender que comunicar um produto inclusivo envolve mais do que torná-lo visível.

A divulgação deve permitir que crianças, familiares, profissionais e consumidores conheçam as características do vestuário de maneira clara e acessível, considerando recursos que vão além da imagem.

Para isso, este capítulo apresenta etapas que auxiliam no planejamento da comunicação do produto, contemplando aspectos visuais, táteis e informativos voltados à construção de experiências mais inclusivas.

3.1.1 Estrutura para cada campanha

A divulgação de produtos inclusivos deve ir além da apresentação estética das peças, buscando criar experiências de comunicação acessíveis, educativas e acolhedoras.

Uma estratégia eficiente consiste em planejar ações alinhadas ao calendário anual de conscientização, conectando datas relevantes aos valores da marca e ao desenvolvimento de campanhas que promovam inclusão e representatividade.

Imagem Ilustrativa gerada com a ferramenta IA



Descrição da imagem é um cartaz promocional com foco em moda inclusiva e conscientização sobre o autismo, utilizando uma estética suave, acolhedora e moderna. Fim da descrição.

Calendário que reúne datas importantes relacionadas à inclusão e aos direitos das pessoas com deficiência

Data	Tema	Possíveis ações
04 de janeiro	Dia Mundial do Braille	Conteúdo sobre identificação tátil no vestuário; apresentação de etiquetas acessíveis
18 de fevereiro	Dia Internacional da Síndrome de Asperger	Lançamento de peça sensorial; vídeo educativo sobre conforto e estímulos
28 de fevereiro	Dia Mundial das Doenças Raras	Campanha sobre diversidade infantil e adaptação de produtos
02 de abril	Dia Mundial da Conscientização do Autismo	Lançamento de peça sensorial; vídeo educativo sobre conforto e estímulos
Abril (mês inteiro)	Abril Marrom	Conteúdo sobre deficiência visual e autonomia no vestir
18 de maio	Dia Nacional da Luta Antimanicomial	Comunicação sobre acolhimento e diversidade
21 de setembro	Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência	Ação colaborativa com instituições
15 de outubro	Dia Internacional da Bengala Branca	Conteúdo sobre independência e acessibilidade
03 de dezembro	Dia Internacional da Pessoa com Deficiência	Campanha principal da marca com lançamento inclusivo

Fonte: Adaptado de Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS)

Para cada data, recomenda-se responder quatro perguntas:
Tema : Sobre o que será falado?
Conteúdo: O que será ensinado ou compartilhado?
Produto: Como o vestuário se conecta ao tema?
Experiência: Qual ação fará o público participar?

Exemplos de ações inovadoras:
1- Produto: Coleção com QR Code e audiodescrição.
2- Comunicação Postagens educativas explicando recursos inclusivos.
3- Experiência Espaço de experimentação sensorial.
4- Interação Conteúdo produzido junto às famílias e usuários.
5- Ambiente Materiais táteis para apresentação das peças.

3.2 Planejamento de um espaço interativo

Criar uma divulgação que não apenas apresente produtos, mas fortaleça experiências de acolhimento, autonomia e construção de uma cultura inclusiva no vestuário. Nesse contexto, o ambiente da loja também pode atuar como extensão dessa comunicação, incorporando elementos lúdicos e interativos que estimulem a exploração sensorial, o conforto e a aproximação com o público infantil.

Espaços acolhedores, recursos táteis e experiências acessíveis contribuem para tornar o momento da compra mais envolvente, inclusivo e significativo.

ESPAÇO INTERATIVO

Ambiente lúdico, sensorial e inclusivo para conexão e bem-estar.

ESTRATÉGIAS E FERRAMENTAS JÁ EXISTENTES

- Comunicação Aumentativa e Alternativa (CAA)**
Pranchas visuais com pictogramas para apoiar a comunicação e autonomia das crianças.
- Elementos sensoriais e interativos**
Texturas, sons, cores e formas que estimulam os sentidos e a criatividade.
- Ambiente seguro e acolhedor**
Mobiliário acessível, materiais atóxicos e design inclusivo.
- Conexão com a loja e a família**
Espaço integrado ao ambiente da loja, permitindo conforto para toda a família.

BENEFÍCIOS PARA A MARCA

- Fidelização de clientes**
- Experiência diferenciada**
- Percepção de cuidado e valor**
- Ambiente instagramável e acolhedor**

Um espaço seguro e intencional para brincar, explorar, sentir e se conectar com o universo da marca.

Descrição da imagem: Ambiente lúdico e inclusivo desenvolvido para favorecer a exploração, a conexão e o bem-estar, respeitando diferentes formas de interação e aprendizagem. Fim de descrição

3.3 Terminal de autoatendimento interativo

Um bom atendimento oferece agilidade, praticidade e principalmente, acolhimento. Pessoas com deficiência representam um público consumidor relevante e devem encontrar nos ambientes comerciais condições que favoreçam sua autonomia. Nesse sentido, recursos de apoio ao atendimento, como tecnologias assistivas e sistemas de autoatendimento acessíveis, podem complementar a mediação humana e contribuir para experiências de compra mais independentes e inclusivas.

Imagem Ilustrativa gerada com a ferramenta IA



Descrição da imagem: A imagem apresenta um conceito de terminal de autoatendimento acessível instalado em uma loja de moda infantil, pensado para ampliar a autonomia na escolha de vestuário.

Considerações Finais

Promover a inclusão vai além de adaptar produtos ou inserir recursos isolados: significa reconhecer diferentes formas de perceber, explorar e interagir com o mundo. No contexto do vestuário infantil, pensar em acessibilidade envolve considerar que cada criança deve ter oportunidades de participar de maneira mais autônoma das experiências relacionadas ao vestir, ao escolher e ao se expressar por meio das roupas.

Ao longo deste manual, foram apresentadas possibilidades para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário que valorizem aspectos sensoriais, comunicacionais e funcionais, contribuindo para experiências mais acessíveis para crianças com deficiência visual.

Entende-se que soluções inclusivas não substituem o cuidado humano, mas ampliam possibilidades de participação, fortalecem a independência e favorecem experiências mais acolhedoras nos diferentes espaços de convivência, incluindo o ambiente comercial.

Mais do que atender necessidades específicas, projetar para a diversidade representa.

Que este material possa inspirar profissionais, estudantes e empresas a desenvolver produtos e experiências que permitam que cada criança encontre no vestuário não apenas funcionalidade, mas também pertencimento, identidade e liberdade para explorar o mundo.

04

Referências

BONONI, Juliana; DOMICIANO, Cássia Letícia Carrara. O uso do vestuário infantil como elemento de estímulo para o desenvolvimento tátil de crianças com deficiência visual: o papel dos pais e educadores. *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*, Florianópolis, v. 2, n. 2, p. 153–169, 2018. DOI: 10.5965/25944630222018153. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/12467>. Acesso em: 15 jun. 2026.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA (CEETEPS). Superintendência de Inclusão e Acessibilidade (SIA): calendário de datas inclusivas. São Paulo, [s.d.]. Disponível em: https://sia.cps.sp.gov.br/calendario-acessivel/?utm_sourceAcesso em: 15 jun. 2026.

FEELIPA. Color Code. Cor para todos: o código de cor para pessoas com deficiência visual. 2014. Disponível em: <http://www.feelipa.com/pt/>. Acesso em: 8 out. 2024.

INSTITUTO BENJAMIN CONSTANT (IBC). Manual tinta ampliado braille [CCS V11]. Rio de Janeiro: Instituto Benjamin Constant, 2025. Disponível em: arquivo em PDF. Acesso em: 18 jun. 2026.

KRONE, S. M. F.; OLIVEIRA, A. H. P.; RIZZI, S. Desenvolvimento de vestuário para crianças com deficiência visual: uma abordagem inclusiva. *Projética*, Londrina, v. 11, n. 1, p. 246-275, 2020. Supl. Acesso em: 8 abri. 2025.

MARTIN, Bella; HANINGTON, Bruce. *Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions*. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2012.

SANCHES, Maria Celeste de Fatima. O projeto do intangível na formação de designers de moda: repensando as estratégias metodológicas para a sintaxe da forma na prática projetual. 2016. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-16022017-094603/>. Acesso em: 12 jun. 2026.

SCHEMES, C.; BROGIN, B.; MORAES, B. R. de. Costura invisível: coleção de moda inclusiva inspirada em uma mulher com deficiência visual. *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, [S. l.], n. 42, p. 14–32, 2024. DOI: 10.26563/dobras.i42.1762. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1762>. Acesso em: 8 jul. 2025.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo foi organizado com o objetivo de apresentar as contribuições obtidas por meio da pesquisa, relacionando-as aos objetivos propostos no estudo.

A pesquisa aborda a temática da inclusão no vestuário, tendo como foco principal, a moda inclusiva para crianças com deficiência visual. Neste contexto, apresenta como resultados alguns pontos importantes sobre a moda inclusiva no mercado brasileiro.

As escolhas metodológicas e os caminhos percorridos ao longo desta pesquisa evidenciam uma construção estratégica de aproximação com diferentes contextos e atores envolvidos no campo da inclusão. A inserção em espaços como o Instituto Benjamin Constant (IBC) como aluna especial em disciplina de mestrado, o diálogo com a ACEVALI e o convívio com disciplinas vinculadas ao Design Centrado no Usuário (DCU) e as Tecnologias Assistivas (TA) foram fundamentais para ampliar o olhar investigativo e fortalecer as conexões entre teoria, prática e experiência.

Os resultados obtidos permitem afirmar que o objetivo geral da pesquisa foi alcançado, uma vez que foi desenvolvido um Manual para a Criação, Desenvolvimento e Divulgação de Produtos do Vestuário Infantil para Crianças com Deficiência Visual, fundamentado na literatura, em metodologias projetuais e nas contribuições dos participantes da pesquisa. O manual reúne orientações voltadas ao desenvolvimento de produtos mais acessíveis, contemplando aspectos relacionados à identificação tátil, seleção de materiais, comunicação inclusiva, usabilidade e autonomia no vestir.

Quanto aos objetivos específicos, considera-se que foram alcançados em sua maioria no desenvolvimento da pesquisa. Inicialmente, a revisão de literatura possibilitou compreender os conceitos relacionados ao design inclusivo, à deficiência visual, à autonomia no vestir e ao desenvolvimento de produtos do vestuário, constituindo o embasamento teórico da investigação.

Em seguida, a etapa de coleta de dados, realizada por meio de entrevistas com professores, familiares e pessoas com deficiência visual, permitiu identificar necessidades, desafios e estratégias adotadas no cotidiano, fornecendo subsídios

para a elaboração das diretrizes propostas. Por fim, a integração entre os referenciais teóricos, as metodologias projetuais selecionadas e as contribuições dos participantes resultaram na elaboração do Manual.

Nesse sentido, a articulação desses atravessamentos mostrou-se decisiva para a construção dos resultados, permitindo a integração de diferentes perspectivas que contribuíram diretamente para a materialização do Manual e para o fortalecimento do percurso investigativo no âmbito da formação como pesquisadora.

Em relação à análise dos dados construídos por meio das pesquisas e questionários, evidencia-se que, as investigações obtidas a partir das pesquisas e questionários, evidenciam que alguns fabricantes da moda infantil já desenvolvem alguns aspectos sensoriais e interativos nas peças, porém não definem como algo relacionado ao vestuário com proposta de inclusão, o que é um ponto importante, uma vez que “rotular” determinados conceitos acabam por estigmatizar e segregar ao invés de proporcionar a inclusão em si.

Porém, ao deixar que a proposta sensorial e interativa nas peças passem despercebidas na divulgação pela própria marca, permite que o público aqui investigado, não tenha conhecimento sobre o diferencial oferecido, bem como os benefícios que seria obtido por meio destas soluções existentes, ainda que de forma implícita.

Neste âmbito, sugere-se por meio de um capítulo do Manual que a empresa passe por um checklist para entender junto a sua equipe, as melhorias já desenvolvidas pela empresa e destacá-las como algo benéfico em seu departamento de marketing para que a partir de então possa enumerar a criação de novos produtos implementando as sugestões estratégicas contidas nos próximos tópicos do manual.

Destaca-se ainda a necessidade de um órgão mediador que acompanhe, junto às empresas, as melhorias propostas em termos de usabilidade, ergonomia e interatividade, de modo a definir parâmetros mais claros para o desenvolvimento do vestuário inclusivo. Nesse contexto, um moderador imparcial poderia atuar como ponte entre usuário e indústria, auxiliando tanto na identificação das necessidades reais do público quanto na aplicação prática dessas soluções no processo de desenvolvimento das peças.

Assim como entidades voltadas à qualidade e conformidade no setor têxtil, a exemplo da ABVTEX, que oferecem direcionamentos técnicos às empresas, seria relevante que as próprias diretrizes já incorporassem tópicos relacionados à inclusão e acessibilidade no vestuário. Tal iniciativa poderia contribuir para orientar fabricantes que já desenvolvem aspectos sensoriais, funcionais e interativos em seus produtos, ainda que sem reconhecê-los formalmente como propostas inclusivas, além de auxiliar empresas que demonstram interesse em atuar nesse segmento, mas ainda não possuem parâmetros ou conhecimentos específicos sobre como iniciar essas práticas.

Como limitação da pesquisa, destaca-se que o manual foi desenvolvido a partir da integração entre revisão de literatura e contribuições de especialistas, professores, familiares e pessoas com deficiência visual. Entretanto, sua implementação e avaliação em contexto real de uso ainda não foram contempladas nesta etapa da pesquisa, constituindo uma oportunidade para estudos posteriores.

Como perspectivas para pesquisas futuras, recomenda-se a aplicação e validação do manual em empresas do setor de confecção, escolas e instituições que atendem crianças com deficiência visual, de modo a avaliar sua aplicabilidade e promover seu aperfeiçoamento. Também se sugere a ampliação das investigações para outras faixas etárias, diferentes tipos de deficiência e outros segmentos do vestuário, bem como o desenvolvimento de estudos voltados à formação de profissionais da moda em princípios de design inclusivo.

Além disso, futuras pesquisas poderiam investigar estratégias para inserção do design inclusivo na formação de profissionais e docentes da área de Moda, ampliando a disseminação desses conhecimentos no ensino superior e no setor produtivo.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. *Micro, pequenos e médios negócios representam 97,5% da indústria da moda*. Brasília: Sebrae, 8 ago. 2024. Disponível em:
<https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/micro-pequenos-e-medios-negocios-representam-975-da-industria-da-moda/>. Acesso em: 11 set. 2025.
- ALIEXPRESS. Brinquedo pedagógico com formas geométricas para crianças. [Imagem]. [S. l.], [2025?]. Disponível em:
<https://pt.aliexpress.com/item/1005008500938732.html>. Acesso em: 6 jul. 2026.
- ANDRADE, A. J. F. de; AQUINO, A. C. G. D.; PASCHOARELLI, L. C.; MEDOLA, F. O. Design methodologies for the development of assistive technology: A systematic literature review. **DAT Journal**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 236–254, 2021. DOI: 10.29147/datjournal. v6i4.503. Disponível em:
<https://datjournal.emnuvens.com.br/dat/article/view/503>. Acesso em: 9 apr. 2025.
- BARROS, Lilian Ried Miller. ***A cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe***. 5. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2024. 312 p. ISBN 978-85-396-4537-4.
- BRASIL. Decreto nº 5.296 de 2 de dezembro de 2004. Brasília: Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania, 2004. Disponível em: D5296 . Acesso em: 6 jul. 2026.
- BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 7 jul. 2015. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 14 mar. 2026.
- BRASIL. Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Direitos Humanos lança cartilha para facilitar acesso de estados e municípios às políticas públicas do Novo Viver sem Limite. Agência Gov, Brasília, 21 out. 2024. Disponível em:
<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202410/direitos-humanos-lanca-cartilha-para-facilitar-acesso-de-estados-e-municipios-as-politicas-publicas-do-novo-viver-sem-limit>e. Acesso em: 15 mar. 2026.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Diretrizes de atenção à saúde ocular na infância: detecção e intervenção precoce para a prevenção de deficiências visuais. Brasília: Ministério da Saúde, 2013. Disponível em:
https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/diretrizes_saude_ocular_infancia.pdf. Acesso em: 8 jun. 2025.
- BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). **MCTI inaugura primeiro Centro de Pesquisa em Tecnologia Assistiva do País**. Brasília, 1 abr. 2026. Disponível em:

<https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/noticias/2026/04/mcti-inaugura-prim-eiro-centro-de-pesquisa-em-tecnologia-assistiva-do-pais>. Acesso em: 5 jun. 2026.

BRASIL. Ministério da Saúde. **O que é tecnologia assistiva?** Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/saude-da-pessoa-com-deficiencia/faq/o-que-e-tecnologia-assistiva>. Acesso em: 18 abr. 2025.

BRASIL. Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência – Novo Viver sem Limite. Brasília, DF: MDHC, 2023. Disponível em: Novo Plano Viver Sem Limite — Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Acesso em: 15 mar. 2026.

BRASIL. Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Secretaria Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência. *Cartilha orientativa para entes federativos: Novo Viver sem Limite*. Brasília, DF: MDHC, 2024. Disponível em: Cartilha Orientativa para entes federativos - Novo viver sem limite Acesso em: 14 mar. 2026.

BRASIL. Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência): texto na íntegra. Brasília: MDHC, 2015. Disponível em: https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/pessoa-com-deficiencia/publicacoes/dez-anos-da-lei-brasileira-de-inclusao-lbi-texto-na-integra/lei_brasileira_de_inclusao_digital__1_.pdf. Acesso em: 06 jul. 2026.

BRASIL. Senado Federal. Agência Senado. Município de Gaspar, em Santa Catarina, recebe título de Capital Nacional da Moda Infantil. *Senado Notícias*, Brasília, DF, 20 jun. 2022. Disponível em: Município de Gaspar, em Santa Catarina, recebe título de Capital Nacional da Moda Infantil — Senado Notícias. Acesso em: 19 jun. 2026.

BROGIN, Bruna. **Método de Design para Cocriação de Moda Funcional para Pessoas com Deficiência**. 2019. 411 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/bitstream/handle/1884/60256/R%20-%20T%20-%200BRUNA%20BROGIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 07 jul. 2025.

BROGIN, Bruna; SCHEMES, Claudia. **Moda e inclusão: cocriação de vestuário para crianças e adolescentes com deficiência visual**. *Human Factors in Design*, Florianópolis, v. 13, n. 25, p. 140–164, 2024. DOI: 10.5965/2316796313252024140. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/hfd/article/view/24608>. Acesso em: 25 jul. 2025.

BONONI, Juliana. **Design do vestuário infantil: as texturas como experiência tátil para crianças deficientes visuais**. 2016. 166 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista

“Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2016. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/149168>. Acesso em: 8 ago. 2025.

BONONI, J.; DOMICIANO, C. L. C. MENEZES, M. S. **A criança com deficiência visual: a contribuição do vestuário e do Design de Superfície na percepção tátil infantil**. Da Pesquisa, Florianópolis, v. 11, n. 16, p. 212–227, 2016. DOI: 10.5965/1808312911162016212. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/8563>. Acesso em: 2 nov. 2024.

BONONI, J.; DOMICIANO, C. L. C.; BAMONTE, J. L. B. M. Vestuário pedagógico e inclusivo como recurso de aprendizagem infantil. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 1–12, 2022. DOI: 10.5965/25944630622022e1806. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/21806>. Acesso em: 9 abr. 2025.

CARVALHO, M. J. F. de S.; AGUIAR, O. A. Arte como auxílio no desenvolvimento cognitivo da pessoa cega. CAMINHOS DA EDUCAÇÃO diálogos culturas e diversidades, [S. l.], v. 4, n. 3, p. 01-16, 2022. DOI: 10.26694/caedu. v4i3.2889. Disponível em: <https://periodicos.ufpi.br/index.php/cedsd/article/view/2889>. Acesso em: 10 out. 2024.

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA (CEETEPS). Superintendência de Inclusão e Acessibilidade (SIA): calendário de datas inclusivas. São Paulo, [s.d.]. Disponível em: https://sia.cps.sp.gov.br/calendario-acessivel/?utm_source Acesso em: 15 jun. 2026.

CENTRO TECNOLÓGICO DE ACESSIBILIDADE (CTA/IFRS). *Dicas – Audiodescrição*. Bento Gonçalves: Instituto Federal do Rio Grande do Sul, 2018. Disponível em: <https://cta.ifrs.edu.br/audiodescricao/>. Acesso em: 7 jul. 2025.

CONDE, A. J. M. **Definição sobre a cegueira e a baixa visão**. Instituto Benjamin Constant, 2016. Disponível em: Definição de cegueira e baixa visão (ibc.gov.br) Acesso em: 09 abr. 2025.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS DE DEFICIENTES VISUAIS. **Dia Nacional do braille reforça como é importante a alfabetização dos cegos**. [S.l.]: CBDV, 2021. Disponível em: <https://www.cbdv.org.br/imprensa/noticias/dia-nacional-do-braille-reforca-importancia-da-alfabetizacao-a-pessoas-cegas>. Acesso em: 8 jun. 2025.

CORRÊA, Vanderlei Moraes; BOLETTI, Rosane Rosner. **Ergonomia: fundamentos e aplicações**. Bookman editora, 2015.

COSTURAS DO IMAGINÁRIO. **Sobre o projeto**. Disponível em: <https://www.costurasdoimaginario.com.br/sobre-o-projeto-pg-51ec3>. Acesso em: 22 jun. 2025.

DA SILVA, *et al.* Visual merchandising: estratégia para consumidores de moda infantil. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 16, n. 3, p. 56-71, 2022.

DOMINGUES, Fernanda; LICHESKI, Laís Cristina. Desenvolvimento de material didático adaptado para crianças com deficiência visual no ensino da geometria. In: ERGODESIGN & USIHC, 16., 2017. *Blucher Design Proceedings*, São Paulo, v. 3, n. 11, p. 970–981, 2017. DOI: 10.5151/16ergodesign-0098. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/desenvolvimento-de-material-didatico-adaptado-para-crianas-com-deficincia-visual-no-ensino-da-geometria-25654>. Acesso em: 6 jul. 2026.

DOS SANTOS MENEZES, Marizilda; PASCHOARELLI, Luis Carlos (Ed.). **Design: Rumos e reflexões**. Canal 6 Editora, 2025.

ESCOLA DE ESTILO. Nós contamos a você o que é moda inclusiva! *Blog Escola de Estilo*, 1 dez. 2022. Disponível em: <https://escoladeestilo.com.br/nos-contamos-a-voce-o-que-e-moda-inclusiva/>. Acesso em: 8 ago. 2025.

ETTENSON, R.; CONRADO, E.; KNOWLES, J. Repense os 4 P's. *Harvard Business Review*, jan./fev. 2013. Disponível em: <https://hbr.org/2013/01/rethinking-the-4-ps>. Acesso em: 14 mar. 2025.

EXAME. A aposta nos pequenos: versão infantil da Farm, a marca Fábula se expande com a abertura de lojas pop-ups. *Exame*, 6 maio 2010. Disponível em: <https://classic.exame.com/casual/a-aposta-nos-pequenos/>. Acesso em: 8 jul. 2025.

FÁBULA. Estar na moda é uma brincadeira multicolorida. Em: Grupo Soma. Disponível em: <https://www.somagrupo.com.br/nossas-somas/fabula/>. Acesso em: 8 jul. 2025.

FÁBULA. Instagram: @afabula. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DAMymSsxkmd/>. Acesso em: 8 jul. 2025.

FÁBULA. Moda infantil que celebra a imaginação e o brincar. Disponível em: <https://www.mytheresa.com/us/es/ninos/disenadores/fabula>. Acesso em: 8 jul. 2025.

FÁBULA. *Shopping Leblon – Loja Fábula*. Disponível em: <https://shoppingleblon.com.br/lojas/fabula.htm>. Acesso em: 8 jul. 2025.

FEELIPA. Color Code. Cor para todos: o código de cor para pessoas com deficiência visual. 2014. Disponível em: <http://www.feelipa.com/pt/>. Acesso em: 8 out. 2024.

FEELIPA. Color Code. **E se você pudesse ter mais autonomia nas tarefas simples do dia a dia, como reconhecer a cor dos objetos através do toque?** 2017. Disponível em: LinkedIn (facebook.com). Acesso em: 27 jul. 2025.

FIGUEIREDO, Vítor. Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. **Marketing 4.0**: mudança do tradicional para o digital. Coimbra, Portugal: Conjuntura Actual Editora, 2017. Tradução de Pedro Elói Duarte. 218 p. ISBN 9789896942083. Resenha publicada em: Comunicação Pública [online], v. 14, n. 27, 13 dez. 2019. Disponível em: <http://journals.openedition.org/cp/4302>. Acesso em: 25 jul. 2025.

GASPAR É A CAPITAL DA MODA INFANTIL. Lei foi sancionada pelo presidente Jair Messias Bolsonaro, na tarde desta quarta-feira., **Gov.br**, 2022. Disponível em: <https://www.gaspar.sc.gov.br/gaspar-e-a-capital-nacional-da-moda-infantil-2/>. Acesso em: 07 mar. 2025.

GIANNOTTI, Marco (org.). **Reflexões sobre a cor**. 1. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2021. 432 p.

GOMES, Ana Paula Sartori; LIMA, Lilian Spieker Rodrigues de; FRIZZARINI, Silvia Teresinha; FIGUEIREDO, Elisandra Bar de. Desvendando formas para todos: aprendendo geometria em uma sala de aula inclusiva. Benjamin Constant, Rio de Janeiro, v. 29, n. 66, 2023. Disponível em: https://revista.ibc.gov.br/index.php/BC/article/view/947?utm_source Acesso em: 6 jul. 2026.

INSTITUTO BENJAMIN CONSTANT (Brasil). *Ementa do curso: Criação de capa de livro tátil (remoto)*. Rio de Janeiro: Instituto Benjamin Constant, 2026. Disponível em: https://www.gov.br/ibc/pt-br/extensao/cursos-de-formacao-continuada/anexos/ementa-do-curso-criacao-de-capade-livro-tatil_remoto_2026.pdf. Acesso em: 6 jul. 2026.

INSTITUTO BENJAMIN CONSTANT (IBC). *Manual tinta ampliado braille [CCS V11]*. Rio de Janeiro: Instituto Benjamin Constant, 2025. Disponível em: arquivo em PDF. Acesso em: 18 jun. 2026.

INSTITUTO BENJAMIN CONSTANT (IBC). Práticas educativas para uma vida independente. Rio de Janeiro: IBC, s.d. Disponível em: Práticas Educativas para uma Vida Independente . Acesso em: 6 jun. 2026.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PNS 2019: país tem 17,3 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência. Agência de Notícias do IBGE, 26 ago. 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/31445-pns-2019-pais-tem-17-3-milhoes-de-pessoas-com-algum-tipo-de-deficiencia#:~:text=Segundo%20a%20PNS%202019%2C%203,4%2C0%25%20das%20mulheres>. Acesso em: 4 abr. 2025.

INCOFIOS. **O impacto da consolidação do Vale do Itajaí como polo industrial na indústria têxtil. 2024**. Disponível em: <https://www.incofiios.com.br/o-impacto-da-consolidacao-do-vale-do-itajai-como-polo-industrial-na-industria-textil>. Acesso em: 8 jul. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Censo 2022: 7,3% da população com 2 anos ou mais tinha alguma deficiência*. IBGE Educa – Jovens, 2023. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/22695-censo-2022-7-3-da-populacao-com-2-anos-ou-mais-tinha-alguma-deficiencia.html>. Acesso em: 7 jul. 2025.

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA. **Cores na deficiência visual**. 12 dez. 2022. Disponível em: <https://www.ifpb.edu.br/assuntos/fique-por-dentro/cores-na-deficiencia-visual>. Acesso em: 15 abr. 2025.

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA – IFPB. Deficiência visual não é necessariamente completa ausência de visão. Fique por Dentro, João Pessoa: IFPB, 21 set. 2018. Disponível em: <https://www.ifpb.edu.br/assuntos/fique-por-dentro/cegueira-x-baixa-visao>. Acesso em: 8 jun. 2025.

JESUS, Elisabeth Ferreira de. A importância da atividade de vida diária na educação e na reabilitação de deficientes visuais. *Revista Benjamin Constant*, Rio de Janeiro, n. 3, 1996. Disponível em: <https://revista.ibc.gov.br/index.php/BC/article/view/671>. Acesso em: 6 jun. 2026.

KOUMBIS, Dimitri. *Varejo de Moda: da gestão ao merchandising*, 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

KRONE, S. M. F.; OLIVEIRA, A. H. P.; RIZZI, S. **Desenvolvimento de vestuário para crianças com deficiência visual**: uma abordagem inclusiva. *Projética*, Londrina, v. 11, n. 1, p. 246-275, 2020. Supl. Acesso em: 8 abri. 2025.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A., *Fundamentos de Metodologia Científica*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. , *Metodologia do Trabalho Científico*. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2024.

LEAL, Pedro. Com consumo anual de R\$ 53,6 milhões, moda infantil-bebê impulsiona indústria de SC. *OCP News*, 22 ago. 2023. Disponível em: <https://ocp.news/economia/com-consumo-anual-de-r536-milhoes-moda-infantil-bebe-impulsiona-industria-de-sc>. Acesso em: 7 jul. 2025.

LIMA, Rosa Morena Barbalho Correia. **Marketing sensorial e a marca Melissa**: um estudo de caso exploratório. 2022. 24f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda), Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

MARCHI, Sandra Regina, **E por falar em cor, um pouco de teoria**. Curitiba:

InterSaberes, 2022.

MARCHI, Sandra Regina; OKIMOTO, Maria Lucia Leite Ribeiro. **Linguagem tátil See Color**: solução de acessibilidade da informação cor para pessoas com deficiência visual no âmbito do design universal. In: ENCONTRO NACIONAL SOBRE ERGONOMIA DO AMBIENTE CONSTRUÍDO – ENEAC; SEMINÁRIO BRASILEIRO DE ACESSIBILIDADE INTEGRAL, 10., 2024, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Blucher, 2024. p. 1–9. ISSN 2318-6968. DOI: 10.5151/eneac2024-P03.

MARCHI, Sandra Regina; BROGIN, Bruna; OKIMOTO, Maria Lucia Leite Ribeiro. **See Color**: desenvolvimento de uma linguagem tátil das cores para pessoas com deficiência visual. Estudos em Design, v. 30, n. 1, 2022. Disponível em: <https://eed.emnuvens.com.br/design/article/view/1386>. Acesso em: 8 jul. 2025.

MARTIN, Bella; HANINGTON, Bruce. Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2012.

MARTINS, G. A. , Estudo de Caso : Uma Estratégia de Pesquisa, 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, S. B. Ergonomia e moda. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 3, n. 7, p. 83–88, 2009. DOI: 10.26563/dobras.v3i7.264. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/264>. Acesso em: 23 jul. 2025.

MARTINS, Suzana Barreto. **Ergonomia, Usabilidade e conforto em projeto de produto de Moda e vestuário**. In: MARTINS, Suzana Barreto (Org.). Ergonomia, Usabilidade e Conforto no Design de Moda: A Metodologia OIKOS. 1. ed. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019. p.68.

MARTINS, Susana Barreto. **O conforto no vestuário**: uma interpretação da ergonomia – metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário. 2005. 244 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/102065>. Acesso em: 24 jul. 2025.

MAXIMILIANO, Cristiani; TOMASULO, Simone Batista. **O ensino de moda e a inclusão de deficientes visuais**. E-tech: Tecnologias Para Competitividade Industrial, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 135-164, out. 2013.274Projética, Londrina, v. 11, n. 1, supl. Design de Moda, p. 246-275, Disponível em: O ensino de moda e a inclusão de deficientes visuais | Revista e-TECH: Tecnologias para Competitividade Industrial - ISSN - 1983-1838 Acesso em: 21 jun. 2025.

MEDOLA, F. O., e PASCHOARELLI, L. C.. "**Tecnologia Assistiva**." (2018). Disponível em: https://www.canal6.com.br/livros_loja/Ebook_TA_estudos.pdf .Acesso em: 11 out. 2024.

MENDES, I.; LUCIAN, R.; ABREU, N. Sensorial merchandising: um experimento no varejo de moda para inclusão de consumidores cegos. *REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 8, n. 1, p. 126–148, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.14211/regepe.v8i1.983>. Acesso em: 18 jun. 2026.

MENDES, Marlise Isabel de Jesus. **Aumentar a percepção sensorial de uma criança com lisencefalia, através da Little Room**. 2015. Dissertação (Mestrado em Educação Especial – Domínio Cognitivo e Motor) – Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Coimbra. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/entities/publication/72020c82-2612-48b8-8435-2b7baf7cde0b>. Acesso em: 24 jul. 2025.

MILLER, N.B. **Ninguém é perfeito**. Vivendo e crescendo com crianças que têm necessidades especiais. Papirus, Campinas, 1994.

MOTTA, Livia Maria Villela de Mello; ROMEU FILHO, Paulo. **Transformando imagens em palavras**. São Paulo: Secretaria dos Direitos das Pessoas com Deficiência do Estado de São Paulo; 2010.

NASCIMENTO, I. F. **As experiências sensoriais enquanto promotoras do desenvolvimento motor na creche e jardim de infância**. 2021. Dissertação (Mestrado em Educação) - Instituto Politécnico de Setúbal – Escola Superior de Educação, Setúbal, 2021. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/37524/1/RelatorioFinal.pdf>. Acesso em: 2 nov. 2024.

NEGÓCIOS SC. **Como fortalecer a indústria da moda em Santa Catarina?** 7 mar. 2025. Disponível em: [NegociosSC | Como fortalecer a indústria da moda em Santa Catarina?](https://negociossc.com.br/como-fortalecer-a-industria-da-moda-em-santa-catarina/) - NegociosSC. Acesso em: 7 jul. 2025.

ORTBAL, Kathryn; FRAZZETTE, Nicholas; MEHTA, Khanjan. **Constructed stakeholder personas: an educational tool for social entrepreneurs**. *Procedia Engineering*, v. 159, p. 314–321, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.08.168>. Acesso em: 8 jul. 2025.

O SISTEMA braille, **Instituto Benjamin Constant**, (2022). Disponível em: [O Sistema braille — IBC \(www.gov.br\)](https://www.gov.br/ibc). Acesso em: 11 fev. 2025.

MOREIRA, Flavia Daniela dos Santos. *PACT: Programa de comunicação alternativa tátil para crianças com deficiência múltipla sensorial*. Rio de Janeiro: Instituto Benjamin Constant, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/ibc>. Acesso em: 8 ago. 2025.

PEDROSA, Israel. **O universo da cor**. São Paulo: Senac São Paulo, 2022.

PEDROZO, D. D.; BENTZ, I. M. G. **O processo de design pelo olhar da complexidade: uma oportunidade de ressignificação pelas estratégias**. Estudos

em Design | Revista (online). Rio de Janeiro: v. 29 | n. 1 [2021], p. 131 – 142 | ISSN 1983-196X Disponível em:
<https://eed.emnuvens.com.br/design/article/viewFile/1153/469> Acesso: 10/11/2024.

PORTELA, Raíssa. **Gaspar (SC) torna-se Capital Nacional da Moda Infantil**. Supervisão de Sheyla Assunção. Agência Senado, Brasília, 20 jun. 2022. Disponível em:
<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/20/municipio-de-gaspar-em-santa-catarina-recebe-titulo-de-capital-nacional-da-moda-infantil>. Acesso em: 8 jul. 2025.

PRINCIPAIS DOENÇAS OCULARES. Gov.br, 2022. Disponível em: Principais doenças oculares — Ministério da Saúde (www.gov.br). Acesso em: 8 abr. 2025.

PUCRS Online. **Marketing sensorial: o que é e como usá-lo?** *PUCRS Online*, 16 set. 2021. Disponível em:
<https://online.pucrs.br/blog/public/marketing-sensorial-o-que-e-e-como-usa-lo>. Acesso em: 27 jul. 2025.

ROMANI, Suelen. **Peppa Pig Pelo Mundo chega ao Bourbon Shopping São Paulo**. *VEJA São Paulo*, 28 maio 2025. Disponível em:
<https://vejasp.abril.com.br/coluna/criancas-sao-paulo/peppa-pig-pelo-mundo-chega-a-o-bourbon-shopping-sao-paulo/>. Acesso em: 27 jul. 2025.

RUBIM, R. **Desenhando a Superfície**. Mais considerações além da superfície. 3. ed. Porto Alegre: Rosari, 2013.

SANCHES, Maria Celeste de Fatima. O projeto do intangível na formação de designers de moda: repensando as estratégias metodológicas para a sintaxe da forma na prática projetual. 2016. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em:
<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-16022017-094603/>. Acesso em: 12 jun. 2026.

SANTA, J. B.; GOULART, Daniel. Varejo de moda: fatores que influenciam o consumo em loja de departamento. **Revista da UNIFEDE**, v. 1, n. 28, 2023. Disponível em:
<https://periodicos.unifebe.edu.br/index.php/RevistaUnifebe/article/view/963> Acesso em: 30 out. 2024.

SANTOS, D.V.V. **Doenças Oculares**. Gov.br, 2023. Disponível em:
<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/d/doencas-oculares>. Acesso em: 09 abr. 2025.

SANTOS, Gabrielle. *Merchandising sensorial: como engajar os sentidos do consumidor no PDV*. GM Promo, 09 abr. 2025. Disponível em: Merchandising Sensorial no PDV: Como Engajar o Shopper em 2026 . Acesso em: 18 jun. 2026.

SANTOS, M. A.; LOPES, M. C. B.; NAKANAMI, C. R.. DESEMPENHO FUNCIONAL NAS ATIVIDADES BÁSICAS DE VIDA DIÁRIA EM CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL. **Psicologia e Saúde em debate**, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 113–130, 2021. DOI: 10.22289/2446-922X.V7N2A8. Disponível em: <http://www.psicodebate.dpgpsifpm.com.br/index.php/periodico/article/view/774>. Acesso em: 9 abr. 2025.

SARTORETTO, Mara Lúcia; BERSCH, Rita. **Tecnologia Assistiva**. 2025. Disponível em: <https://www.assistiva.com.br>. Acesso em: 24 jul. 2025

SCHEMES, C.; BROGIN, B.; MORAES, B. R. de. Costura invisível: coleção de moda inclusiva inspirada em uma mulher com deficiência visual. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 42, p. 14–32, 2024. DOI: 10.26563/dobras.i42.1762. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1762>. Acesso em: 8 jul. 2025.

SEBRAE. **O grande e lucrativo mercado de moda infantil para os pequenos**. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-grande-e-lucrativo-mercado-de-moda-infantil-para-os-pequenos,9854dc49be5b1810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 7 jul. 2025.

SEBRAE. **Moda infantil: dicas para você montar uma loja ideal**. Atualizado em 20 mar. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosOrganizacao/segmento-de-vestuario-infantil-e-mercado-crescente-no-pais,3c864dee85367410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 7 jul. 2025.

SEE COLOR, **Linguagem Tátil das Cores para cegos e deficientes visuais**. DINO – Divulgador de Notícias, Curitiba, PR, 21 nov. 2019. Disponível em: <https://noticias.dino.com.br/see-color-linguagem-tatil-das-cores-para-cegos-e-deficientes-visuais-223168-5>. Acesso em: 2 jul. 2025.

SEE COLOR. Sobre. Disponível em: <https://seecolor.com.br/sobre/>. Acesso em: 28 jul. 2025.

SILVEIRA, Icléia; LOPES, Luciana Dornbusch. **Ergonomia aplicada ao vestuário**. Florianópolis: UDESC, 2025. e-book. Disponível em: https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/18824/Ebook___ERGONOMIA_APLICADA_AO_VESTUARIO_17467936004169_18824.pdf. Acesso em: 08 jul. 2025.

SOARES, Marcelo Márcio. **Ergonomia e Design: Uma interação a ser intensificada**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 6., 2004, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2004. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/234518133_Ergonomia_e_Design_Uma_int eracao_a_ser_intensificada. Acesso em: 24 jul. 2025.

SOARES, W. L. **Contribuições das atividades sensoriais no desenvolvimento cognitivo e integral de crianças de 0 a 3 anos:** por uma prática respeitosa na educação infantil. 2018. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Pedagogia, Centro de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/42551>. Acesso em: 1 nov. 2024.

SOLINO, L.; FERNANDES, R.; PINHEIRO, N.A.; "**DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS VOLTADOS À PERCEPÇÃO TÁTIL DE CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL**", p. 1063-1074 . In: **Anais do 12º Congresso Brasileiro de Inovação e Gestão de Desenvolvimento de Produto**. São Paulo: Blucher, 2019. Disponível em: **DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS VOLTADOS À PERCEPÇÃO TÁTIL DE CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL** - Blucher Proceedings .Acesso em: 15 mar. 2026.

SOUSA, Jailson Oliveira. Design inclusivo: recursos assistivos para um modelo de camisa social para pessoa com deficiência visual. 2023. Dissertação (Mestrado em Design do Vestuário e Moda) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2023. Disponível em: https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/9601/Jailson_Oliveira_Sousa_dissertacao_16932366160277_9601.pdf. Acesso em: 9 mar. 2026

TRAUER, E.; VALDATI, A. DE B. **Proto-Personas:** Innovation and Agility in the Process of Identifying the Ideal Customer. Proceedings IFKAD: Translating Knowledge into Innovation Dynamics, p. 225–241, 17 abr. 2025.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda:** planejamento de coleção. Brusque: 2013.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ (TRE-CE). Plano de Acessibilidade, Inclusão e Diversidade (PAID) 2023–2026. Fortaleza: TRE-CE, 2023. Disponível em: Tribunal Regional Eleitoral do Ceará – Plano de Acessibilidade, Inclusão e Diversidade (PAID) 2023–2026. Acesso em: 16 jun. 2026.

TURCATTO, Andressa Santos; SILVEIRA, Icléia. **Estampa tátil:** etiquetas de identificação das estampas e cores de peças de vestuário para deficientes visuais. ModaPalavra e-periódico, v. 14, n. 33, p. 1-21, 2021. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/17899/12806>. Acesso em: 11 out. 2024.

TURCATTO, Andressa Santos. **Estampa tátil:** etiquetas com elementos do design de superfície para deficientes visuais. 2019. Dissertação (Mestrado em Design de Vestuário e Moda) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Moda, Florianópolis, 26 jun. 2019. Disponível em: https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/6295/Disserta__o_Andressa_Santos__Turcatto_15664079674498_6295.pdf. Acesso em: 25 jul. 2025.

UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina. *Hallceart*, nº 6. Florianópolis: CEART, UDESC, [s.d.]. PDF (n.p.). Disponível em: https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/8239/hallceart6_15833617766989_8239.pdf. Acesso em: 25 jul. 2025.

USEFASHION. **Saiba mais sobre o polo têxtil de Santa Catarina**. 2022. Disponível em: <https://www.usefashion.com/post/saiba-mais-sobre-o-polo-textil-de-santa-catarina>. Acesso em: 8 jul. 2025.

VALDATI, A. de B.; TRAUER, E. PROTO-PERSONAS: AGILIDADE NA IDENTIFICAÇÃO DO CLIENTE IDEAL. **Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação – ciki**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2023. DOI: 10.48090/ciki.v%vi%i.1501. Disponível em: <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/1501>. Acesso em: 28 jun. 2025.

VARNIER, Thiago; MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **Ergonomia e vestuário: revisão sistemática da literatura sobre a utilização da Ergonomia no processo de desenvolvimento do produto de vestuário**. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 15, n. 37, p. 67–123, 2022. DOI: 10.5965/1982615x15372022067. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/21086>. Acesso em: 23 jul. 2025.

VITRINE RETAIL. *Displays interativos & Realidade Aumentada no PDV: o novo normal do Visual Merchandising*. 19 set. 2025. Disponível em: *Displays interativos & Realidade Aumentada no PDV: o novo VM*. Acesso em: 12 jun. 2026.

VIVIAN, Nick. *The SAVE Model: A Replacement for the 4Ps in B2B Marketing*. 10 jun. 2023. Disponível em: <https://en.globalsense.com.tw/blog/how-4p-marketing-is-replaced-by-save-in-b2b-marketing/>. Acesso em: 8 jul. 2025.

YDreams. **Histórias para crianças: quando o aprendizado começa pela emoção**. Disponível em: <https://ydreams.com.br/site/historias-para-criancas-quando-o-aprendizado-comeca-pela-emocao/>. Acesso em: 27 jul. 2025.

Declaração de uso de Inteligência Artificial

Durante o desenvolvimento deste trabalho, foram utilizadas ferramentas de Inteligência Artificial como apoio para revisão textual e elaboração de imagens ilustrativas. O uso dessas ferramentas teve caráter complementar, auxiliando na

organização, aprimoramento da escrita e representação visual de algumas propostas. Todo o conteúdo foi revisado, adaptado e validado pela autora, que assume integral responsabilidade pelas interpretações, análises e resultados apresentados.

APÊNDICE A

ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTA PARA OS PARTICIPANTES DO IBC

Grupo 1 – Pais ou responsáveis legais de crianças com deficiência visual (Instituto Benjamin Constant – IBC)

Objetivo: Compreender a rotina de vestuário das crianças, hábitos de compra e percepções relacionadas à autonomia no ato de vestir.

Número de participantes: 3

Intervenção: Entrevista semiestruturada

Roteiro de perguntas:

1. Como é a rotina de vestir sua criança no dia a dia?
2. Quais dificuldades vocês percebem na hora de se vestir?
3. Como vocês escolhem as roupas para sua criança? O que influencia essa escolha?
4. Sua criança demonstra alguma preferência ou autonomia na escolha das roupas?
5. Existem estratégias que vocês usam para facilitar que a criança se vista sozinha?
6. Como vocês percebem a relação da criança com as roupas em termos de conforto e funcionalidade?
7. Quais aspectos vocês consideram importantes em roupas acessíveis para sua criança?

Grupo 2 – Professores do Instituto Benjamin Constant (IBC)

Objetivo: Compreender estratégias pedagógicas relacionadas à autonomia, adaptação e uso do vestuário no contexto educacional.

Número de participantes: 3

Intervenção: Entrevista semiestruturada

Roteiro de perguntas:

1. Como a autonomia no vestir é trabalhada com as crianças na escola?
2. Que estratégias vocês utilizam para ensinar ou apoiar a criança no ato de vestir?
3. Como as roupas influenciam na participação das crianças nas atividades escolares?
4. Que adaptações são feitas para facilitar a vestimenta das crianças com deficiência visual?
5. Como vocês percebem o desenvolvimento da autonomia das crianças ao longo do tempo em relação ao vestir?
6. Há situações em que a criança demonstra preferências ou dificuldades específicas com determinadas roupas?

ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DA ACEVALI – ASSOCIAÇÃO DE CEGOS DO VALE DO ITAJAÍ

Grupo 3 – Pais com deficiência visual (ACEVALI – Associação de Cegos do Vale do Itajaí)

Objetivo: Compreender como lidam com a rotina de vestuário e consumo, considerando sua própria experiência enquanto pessoas com deficiência visual.

Número de participantes: 7

Intervenção: Entrevista semiestruturada

Roteiro de perguntas:

1. Como é a sua rotina de se vestir no dia a dia?
2. Quais desafios você enfrenta na escolha e no uso das roupas?
3. Que estratégias você utiliza para se vestir de forma independente?
4. Você considera o conforto, a funcionalidade ou outros aspectos na escolha das roupas?
5. Como costuma comprar roupas (sozinho ou com ajuda)?
6. Existem recursos ou adaptações que facilitam sua autonomia no vestir?
7. Que melhorias você gostaria de ver em roupas acessíveis para pessoas com deficiência visual?

Anexo B

UNIVERSIDADE DO ESTADO
DE SANTA CATARINA - UDESC



Continuação do Parecer: 8.298.194

Outros	isibc.pdf	22:22:57	SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Outros	roteiro de entrevistas professores ibc.pdf	13/01/2026 22:21:09	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Orçamento	orcamento.pdf	13/01/2026 22:16:50	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Outros	carta resposta.pdf	13/01/2026 22:11:48	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Cronograma	cronograma.pdf	13/01/2026 22:09:36	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Brochura Pesquisa	projeto.pdf	13/01/2026 22:01:09	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Declaração de Pesquisadores	declaracao de ciencia e concordancia udesc.pdf	13/01/2026 21:59:34	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Declaração de concordância	declaracao de ciencia e concordancia ibc.pdf	13/01/2026 21:58:30	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Parecer Anterior	parecer.pdf	13/01/2026 21:52:15	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle daniele de vasconcellos.pdf	13/01/2026 21:47:28	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito
Folha de Rosto	folha.pdf	09/12/2025 15:36:39	DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCONCELLOS	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Endereço: Avenida Madre Benvenutta, 2007, Reitoria - Térreo - sala CEP/UDESC
Bairro: Itacorubi **CEP:** 88.035-001



Ministério da Educação

Instituto Benjamin Constant

DIVISÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISAR

Comunicamos que **Daniele dos Santos de Oliveira de Vasconcellos** está autorizada a desenvolver a pesquisa intitulada “**Design Inclusivo Aplicado à Moda Infantil: Manual para o Desenvolvimento e Divulgação de Produtos para Crianças com Deficiência Visual**”, a ser realizada na Divisão de Ensino (DEN) e na Divisão de Assistência ao Educando (DAE) do Departamento de Educação (DED) do Instituto Benjamin Constant, no período de **23/03/2026 a 22/03/2027**, podendo haver prorrogação deste prazo mediante solicitação da pesquisadora.

Cabe a Giselle de Almeida Oliveira, representante da CAPA (Coordenação de Assessoramento Pedagógico e Administrativo), receber e acompanhar a pesquisadora nos setores.

Documento assinado eletronicamente por:

■ **Rodrigo Agrellos Costa**, FG0001 - DPP, em 23/03/2026 13:32:03.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 23/03/2026. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ibc.gov.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 37235

Código de Autenticação: 19e1bcf203



Av. Pasteur, 350 / 368, Urca, RIO DE JANEIRO / RJ, CEP 22.290-240

Telefone: (21) 3478-4440 / 4442 / 4443



GABINETE DO REITOR

DECLARAÇÃO DE CIÊNCIA E CONCORDÂNCIA DAS INSTITUIÇÕES ENVOLVIDAS

Com o objetivo de atender às exigências para a obtenção de parecer do Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos, os representantes legais das instituições envolvidas no projeto de pesquisa intitulado "Design Inclusivo aplicado à moda infantil: Manual para criação, desenvolvimento e divulgação de produtos para crianças com deficiência visual" declaram estarem cientes com seu desenvolvimento nos termos propostos, lembrando aos pesquisadores que no desenvolvimento do referido projeto de pesquisa, serão cumpridos os termos da resolução 466/2012, 510/2016 e 251/1997 do Conselho Nacional de Saúde.

Local, 06 / 03 / 2026 .

Documento assinado digitalmente
 DANIELE DOS SANTOS DE OLIVEIRA DE VASCON
 Data: 18/06/2026 17:03:38-0300
 Verifique em <https://validar.jf.gov.br>

Nome: Daniele dos Santos de Oliveira de Vasconcellos
 Cargo: Mestranda
 Instituição: UDESC
 Número de Telefone: (48) 98806-1348

Nome: Celso Vieira
 Cargo: Presidente
 Instituição: Associação de Cegos do Vale do Itajaí
 Número de Telefone: 47 3328.4796 - 3328-3765

Ass: Responsável pela Instituição de origem.

1

autentique

Autenticação eletrônica 2/2
Data e horários em GMT -3:00 Sao Paulo
Última atualização em 06 mar 2026 às 14:06
Identificador: ff054719ef0b1873efba8ad4f79d9b3ab7c75ab99a7a9a064

Página de assinaturas


Celso Vieira
520.297.869-34
Signatário

HISTÓRICO

06 mar 2026 14:06:21		Celso Vieira criou este documento. (Email: socialacevali563@gmail.com, CPF: 520.297.869-34)
06 mar 2026 14:06:22		Celso Vieira (Email: socialacevali563@gmail.com, CPF: 520.297.869-34) visualizou este documento por meio do IP 187.121.127.50 localizado em Blumenau - Santa Catarina - Brazil
06 mar 2026 14:06:30		Celso Vieira (Email: socialacevali563@gmail.com, CPF: 520.297.869-34) assinou este documento por meio do IP 187.121.127.50 localizado em Blumenau - Santa Catarina - Brazil

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O(a) senhor(a) está sendo convidado a participar de uma pesquisa de mestrado intitulada: *Design Inclusivo aplicado à moda infantil: Manual para desenvolvimento e divulgação de produtos para crianças com deficiência visual, que fará, questionários online e entrevista semi estruturada, tendo como objetivo: Desenvolver um manual para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário para crianças com deficiência visual, e objetivos específicos:*

- 1. Realizar entrevistas semiestruturadas, com representantes do Instituto Benjamin Constant (IBC) e da ACEVALI – Associação de Cegos do Vale do Itajaí, com o objetivo de conhecer suas práticas institucionais, programas e projetos voltados à inclusão de crianças com deficiência visual.**
- 2. Utilizar as informações obtidas junto ao Instituto Benjamin Constant e à ACEVALI para identificar necessidades específicas de vestuário de crianças com deficiência visual, considerando aspectos de funcionalidade, acessibilidade e estética, no contexto do IBC e da região do Vale do Itajaí.**
- 3. Investigar, a partir das percepções de pais/responsáveis e profissionais da área da inclusão, as oportunidades e desafios relacionados à criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário inclusivos no segmento da moda infantil no município de Gaspar-SC.**
- 4. Identificar, com base nas experiências e relatos de pais/responsáveis, o interesse e as demandas do mercado local varejista da moda infantil quanto à comercialização de vestuário com especificidades que atendam crianças com deficiência visual.**
- 5. Sistematizar os resultados obtidos nas entrevistas e apresentá-los à empresa parceira da pesquisa na forma de um manual orientativo, contendo diretrizes para a criação, desenvolvimento e divulgação de produtos de vestuário inclusivos voltados ao atendimento do consumidor infantil com deficiência visual, sem compartilhamento de dados individuais ou identificáveis.**

Esclarece-se que esta pesquisa contará exclusivamente com a participação de adultos. Não haverá participação direta de crianças em nenhuma etapa do estudo. As crianças com deficiência visual vinculadas ao Instituto Benjamin Constant (IBC) configuram-se apenas como público beneficiário indireto das soluções propostas, não sendo realizadas entrevistas, observações, atividades ou qualquer tipo de coleta de dados com esse público.

Serão previamente marcados a data e horário para perguntas, aos professores da área da educação inclusiva bem como os familiares (pais e responsáveis pelas crianças), para entender as principais demandas e desejos, utilizando entrevista semiestruturada, questionário on line. Estas medidas serão realizadas no (Instituto Benjamin Constant (IBC) bem como, na Associação de cegos do Vale do Itajaí (ACEVALI). Não é obrigatório responder a todas as perguntas.

Serão realizadas escutas qualificadas por meio de entrevistas semiestruturadas e questionários on-line, exclusivamente com adultos participantes da pesquisa.

O(a) Senhor(a) não terá despesas e nem será remunerado(a) pela participação na pesquisa. Todas as despesas decorrentes de sua participação serão ressarcidas e havendo algum dano decorrente da pesquisa, o/a participante terá direito a ser "indenizado pelo dano decorrente da pesquisa, nos termos da Lei".

Ressalta-se que a participação é voluntária e que não é obrigatório responder a todas as perguntas, podendo o(a) participante recusar-se a responder qualquer questão que cause desconforto, ao relatar experiências pessoais ou profissionais. Caso isso ocorra, o participante poderá interromper a entrevista ou optar por não responder determinadas perguntas. Dessa forma, busca-se assegurar o respeito à dignidade, à integridade e ao bem-estar dos participantes ao longo de todo o processo de investigação bem como interromper sua participação a qualquer momento, sem qualquer prejuízo.

Os riscos envolvidos nesta pesquisa são mínimos, mesmo tratando de perguntas delicadas sobre o cotidiano, uma vez que apenas os pais ou responsáveis serão entrevistados. Embora as crianças não participem diretamente, elas constituem o público que poderá se beneficiar indiretamente dos resultados da pesquisa, que visam aprimorar produtos e estratégias mais inclusivas para crianças com deficiência visual.

A sua identidade será preservada pois cada indivíduo será identificado por um

NOME DO PESQUISADOR RESPONSÁVEL PARA CONTATO: Daniele dos Santos de Oliveira de Vasconcellos
NÚMERO DO TELEFONE: (48) 98806-1348
ENDEREÇO: Rua Odilo Hobus 522, Indaial-SC
ASSINATURA DO PESQUISADOR:

Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos – CEPESH/UEDESC
Av. Madre Benvenuta, 2007 – Itacorubi – Florianópolis – SC -88035-901
Fone/Fax: (48) 3664-8084 - E-mail: cep@udesc.br
CONEP- Comissão Nacional de Ética em Pesquisa
SRTV 701, Via W 5 Norte – lote D - Edifício PO 700, 3º andar – Asa Norte - Brasília-DF - 70719-040
Fone: (61) 3315-5878/ 5879 – E-mail: conep@saude.gov.br

TERMO DE CONSENTIMENTO

Declaro que fui informado sobre todos os procedimentos da pesquisa e, que recebi de forma clara e objetiva todas as explicações pertinentes ao projeto e, que todos os dados a meu respeito serão sigilosos. Eu compreendo que neste estudo, as medições dos experimentos/procedimentos de tratamento serão feitas em mim, e que fui informado que posso me retirar do estudo a qualquer momento.

Nome por extenso _____

Assinatura _____ Local: _____ Data: ____/____/____.

envolvidos. O descarte do material será da seguinte forma: incinerado.

Em caso de necessidade de interrupção da pesquisa, de acordo com as Resoluções CNS nº 466/12 inciso IV.3, A e 510/16, Art. 28, Inciso V, haverá justificativa e comunicado aos participantes caso precise receber a assistência adequada após o término e/ou encerramento da pesquisa.

Este termo de consentimento livre e esclarecido é feito em duas vias, sendo que uma delas ficará em poder do pesquisador e outra com o participante da pesquisa.