



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


MODA, ACESSIBILIDADE, INCLUSÃO: REFLEXÕES

Lima Júnior, Geraldo Coelho; Universidade Anhembi Morumbi,
glimadesign58@gmail.com

RESUMO

O começo do século XXI marcou o início de pesquisas e projetos voltados para a relação entre moda e inclusão, cujos objetivos focavam-se no interesse em compreender e satisfazer as necessidades das pessoas com deficiência (PCD) no que tange ao uso de peças de vestuário adequadas aos desejos desse grupo de pessoas.

Esse texto propõe o início de uma pesquisa baseada na relação entre as três palavras presentes no título: moda, acessibilidade, inclusão. Ele se fundamenta em literatura da área de moda apresentada como expressão, organização e composição de um estilo de vida, atrelado a mecanismos de escolha e ainda relacionada a critérios de gosto individuais (CONTI, 2008; MORAES, 2008). Nesse âmbito identifica-se que a sociedade se compõe por meio de múltiplas informações e dados que interferem em seu comportamento; reconhece-se que os fatores culturais devem ser investigados para que seja possível propor novos produtos. Em outra direção relaciona-se a moda como um agente que conecta determinadas épocas e a culturas (LIPOVETSKY, 1989; SVENDSEN; 2010). Ao trazer essa conexão aviva-se o pensamento acerca das diversas ocorrências de caráter sociocultural e econômico, aponta-se para necessidades que surgiram ao questionar esse campo, seus processos, suas influências, suas variantes. A moda, como percebida na contemporaneidade, é parte intrínseca de uma ponte que une o indivíduo, a sociedade e o mercado (LIMA JÚNIOR, 2016). Ainda é possível dizer que a moda é uma indicação de identidade individual, grupal e sexual (MENDES, HAYE, 2004).





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Tendo em vista os distintos posicionamentos, junto aos quais outros serão estudados, essas reflexões apontam outra direção nem sempre observada. No tocante à inclusão da PCD muito tem sido tratado no âmbito de oferecer a essas pessoas um produto adaptado, ergonomicamente correto, e que, esteticamente, também as satisfaça. Pouco tem sido discutido em relação ao modo como essas pessoas terão a possibilidade de acesso a tais peças de roupa. E aqui a atenção se volta para a lei 13.146 (2015), ou Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI), tema tratado em seu artigo 3º, que garante o direito de alcance a ambientes, espaços públicos ou privados, transportes, informações, serviços e produtos, assim como se refere às barreiras que possam vir a impedir o acesso da PCD a qualquer dos itens aqui elencados.

Observa-se a necessidade de ultrapassar as barreiras, para gerar acessibilidade e desse modo permitir a inclusão desse público ao produto de moda. Isso implica em que, paralelo ao processo de desenvolvimento de peças do vestuário, reflita-se a respeito da gestão do acesso a essas mesmas peças diante de inúmeros entraves ainda presentes – arquitetônicos (da residência ao espaço comercial); transporte (adequado e que compreenda a malha urbana); meios de comunicação e informação acessíveis (mídia impressa, televisiva, rádio e internet); dentre outras – e as etapas necessárias a um processo de inclusão.

Surge, assim, o interesse por uma investigação que avance para além do pensamento que envolve o design do produto de moda, com ou sem adaptações, mas carente de informação, em sentido de compreender o conceito que se encontra no termo “moda inclusiva”, sua aplicação e sua validação dentro da área de moda.

Palavras-chave: design de moda; acessibilidade; inclusão.

