

“MODA SENSORIAL: UMA COLEÇÃO DE VESTUÁRIO PARA MULHERES COM DEFICIÊNCIAS VISUAIS”

Sensory fashion: a clothing collection for women with visual impairments

Dias, Isabelle T. P. C.; Graduada; Universidade Tuiuti do Paraná, isabelle.tpcdias@gmail.com¹

Natal, Georgia M. G.; Mestra; Universidade Tuiuti do Paraná, georgia.natal@utp.br²

Resumo: Este estudo busca desenvolver uma coleção de vestuário sensorial pensada especialmente para mulheres com deficiência visual, abordando a dificuldade que essas mulheres enfrentam ao identificar cores. A partir das metodologias propostas por Pazmino (2015), o projeto cria peças que não só oferecem conforto, mas também permitem que as cores sejam "sentidas" através do tato, ampliando a experiência e as opções dessas mulheres na moda.

Palavras-chave: Deficientes visuais; Moda sensorial; Tabela de sensações.

Abstract: This study aims to develop a sensory clothing collection specifically designed for women with visual impairments, addressing the challenges they face in identifying colors. Utilizing the methodologies proposed by Pazmino (2015), the project creates garments that not only offer comfort but also allow colors to be "felt" through touch, enhancing the fashion experience and expanding options for these women.

Keywords: Visually impaired; Sensory fashion; Table of sensations.

Introdução

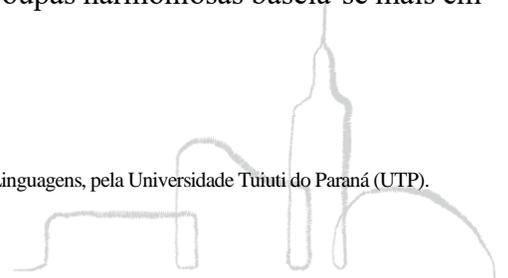
No Brasil, aproximadamente 23,9% da população enfrenta algum tipo de deficiência, com 18,8% apresentando deficiência visual, segundo dados do IBGE. Apesar das legislações vigentes que visam garantir seus direitos, como acessibilidade em espaços públicos e educação inclusiva, pessoas com deficiência visual ainda encontram desafios significativos em sua vida diária (OLIVEIRA; OKIMOTO, 2022, p. 03).

Na moda, a escolha de roupas para indivíduos cegos ou com baixa visão é complexa devido à dificuldade em avaliar cores, padrões e texturas. A ausência de *feedback* visual também pode levar a constrangimentos ao não detectar manchas ou rasgos nas roupas, destacando a necessidade de adaptações adicionais no processo de seleção de vestuário (OLIVEIRA; OKIMOTO, 2022, p. 03).

As cores desempenham um papel crucial no design de moda, sendo fundamentais para o desenvolvimento de coleções. No entanto, para pessoas com deficiência visual, a escolha de roupas harmoniosas baseia-se mais em

¹ Graduada em Design de Moda, pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

² Docente no curso de Design de Moda da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Arquiteta, mestre em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).



características como texturas e modelagem, além de depender do auxílio de terceiros para identificar cores (OLIVEIRA; OKIMOTO, 2022, p. 04).

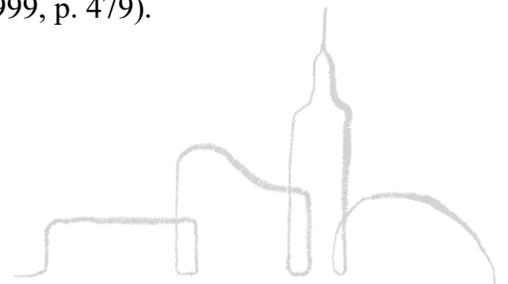
Este projeto, parte do Trabalho de Conclusão de Curso da autora, visa preencher uma lacuna na pesquisa sobre moda inclusiva ao propor o uso de recursos táteis e a aplicação da psicologia das cores para auxiliar pessoas com deficiência visual na identificação de cores de roupas. Com uma abordagem qualitativa e exploratória, focada na análise de cartelas de codificação de cores e tecnologias assistivas, o estudo exclui aspectos como estilo, custo e estética, concentrando-se exclusivamente em soluções para PcD visuais, como texturas em roupas e etiquetas em Braille. A pesquisa busca não apenas aumentar a autonomia dessas pessoas na escolha do vestuário, mas também inspirar futuras investigações e fomentar inovação e criatividade na indústria da moda, promovendo maior igualdade de acesso.

Deficientes visuais, mercado e moda sensorial

Segundo a Secretaria de Educação a Distância do MEC (2000), a deficiência visual ocorre quando há perda ou diminuição permanente da capacidade de enxergar com ambos os olhos, que não pode ser corrigida nem melhorada por meio de lentes, tratamento clínico ou cirúrgico.

Pessoas com deficiência visual (PcD visual) frequentemente enfrentam estereótipos que as limitam, sendo muitas vezes vistas como dependentes mesmo na idade adulta. Esses estereótipos são reforçados pelas barreiras ambientais e sociais presentes no varejo e na moda, dificultando sua inclusão e independência (BORGES, 2020, p. 197). A ausência de memória visual intensifica essa dependência, afetando sua capacidade de tomar decisões relacionadas ao vestuário e à moda, o que pode impactar negativamente sua autoestima e reforçar estereótipos prejudiciais (BORGES, 2020, p. 197; ZEBEHAZY & LAWSON, 2017).

A moda desempenha um papel crucial na inclusão social das pessoas com deficiência visual, permitindo-lhes expressar suas identidades pessoais, sociais e culturais (BORGES, 2020, p. 199; ZEBEHAZY & LAWSON, 2017). No entanto, a acessibilidade em ambientes comerciais ainda é um desafio significativo, com barreiras físicas e de informação que dificultam o acesso dessas pessoas a produtos e informações essenciais (SHNEIDER, 2017, p. 65). A falta de consideração pelo sentido do tato nas estratégias de design de interiores e de venda também contribui para essa exclusão, pois elementos visuais cruciais podem não ser percebidos de maneira convencional por indivíduos com deficiência visual (KAUFMAN-SCARBOROUGH, 1999, p. 479).

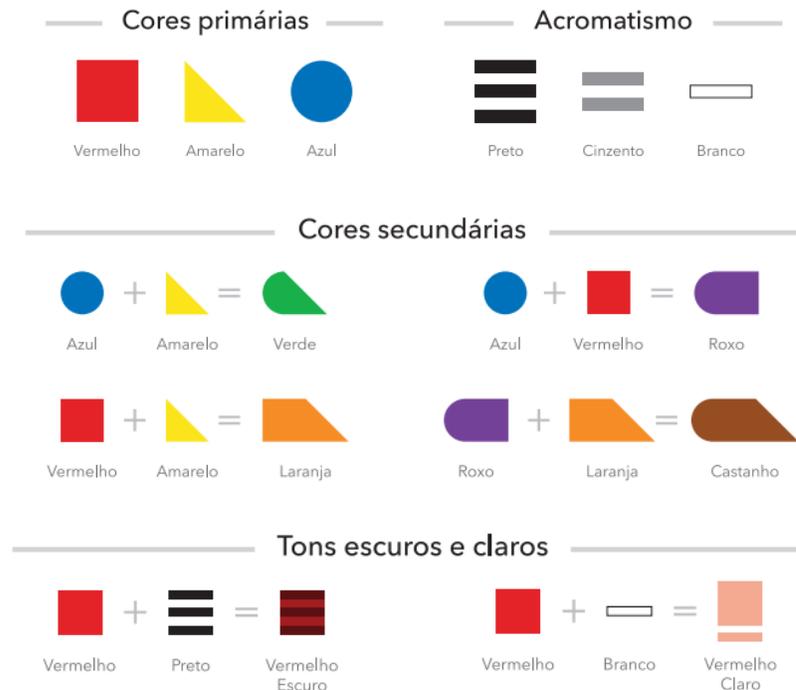


Psicologia das cores e Código de cores *Feelipa*

Eva Heller, em "A Psicologia das Cores" (2000, p. 25), revela que as cores estão intrinsecamente ligadas a emoções e sentimentos humanos, influenciando humor, desejos e comportamento de maneira profunda. As cores quentes, como destacado por Heller, irradiam energia e entusiasmo, enquanto as cores frias sugerem tranquilidade e profissionalismo. A percepção das cores é moldada por fatores genéticos, ambientais e culturais, tornando-se um elemento crucial na comunicação visual e no design emocional.

Em conjunto com a psicologia das cores, Filipa Nogueira Pires, com o código de cores *Feelipa* desenvolvido em 2009, focou na acessibilidade das cores para pessoas com deficiência visual. Criado durante seu mestrado em Design de Produto na FA-UTL e em colaboração com o Centro Helen Keller, o *Feelipa* utiliza formas geométricas básicas associadas ao tato para representar cores, visando facilitar o reconhecimento e a memorização. Esse sistema, lançado publicamente em 2013, visa não apenas aumentar a autonomia das pessoas com deficiência visual, mas também promover a valorização de suas habilidades, melhorando significativamente sua qualidade de vida através da inclusão visual.

Figura 1 – Código de cores *Feelipa*



Fonte: <https://feelipa.com/pt/aplicacoes/>, 2024.



O projeto de vestuário sensorial focado no tato para pessoas com deficiência visual visa promover autoexpressão e empoderamento, superando as limitações tradicionais da moda. Utilizando a psicologia das cores em conjunto com o código de cores *Feelipa*, ele oferece uma abordagem inovadora que facilita a vida dessas pessoas e destaca a importância da inclusão e acessibilidade na moda.

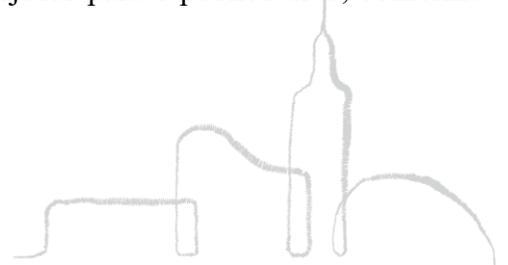
Aproximação com o público-alvo: do questionário às cores e texturas

Conhecer o público-alvo de um projeto é essencial para desenvolver artigos que atendam às suas necessidades, conforme argumenta Pazmino (2015, p. 104). A autora destaca a importância de definir com precisão o grupo de consumidores ou usuários que compartilham preferências semelhantes e que utilizarão ou consumirão o produto a ser desenvolvido.

Um estudo foi conduzido utilizando um questionário composto por 21 perguntas, distribuído via *Google Forms* por meio de plataformas como *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram*, alcançando 115 pessoas com deficiência visual. Os resultados revelaram uma maioria significativa de mulheres entre os respondentes (87,8%), enquanto homens representaram 11,3%. Quanto às preferências de cores de roupas, a cor azul foi a mais popular (93,9%), seguida de verde (89,6%) e vermelho (87,8%). Em relação aos tecidos com texturas diferentes, a maioria (98,3%) encontrou vantagem na identificação das peças, enquanto 1,7% não preferiram essa característica. A preferência por compras em lojas físicas foi alta (93,9%), com uma minoria optando por lojas virtuais (3,5%).

A textura é um fator chave para 90,4% na escolha de roupas, seguido pela modelagem com 7,8%. Além disso, tanto cor (89,6%) quanto textura (88,7%) são altamente valorizadas. Quanto à acessibilidade da moda, a maioria dos entrevistados (90,4%) a considera inacessível e prejudicial, com 5,2% indicando outras percepções. As principais dificuldades ao comprar roupas incluem a identificação de cores (85,2%) e o tamanho das roupas (7,8%). Em geral, 95,7% dos entrevistados acreditam que a moda atual não inclui adequadamente roupas para pessoas com deficiência visual.

Com base nas necessidades do público-alvo, foi realizada uma correlação entre sensações e sentimentos relacionados ao tato, utilizando os estudos de Heller (2000). Essa correlação associa o significado das cores às sensações que elas transmitem, e estas são conectadas a diferentes texturas de tecidos. As informações sobre as sensações associadas às cores azul, vermelho, amarelo, verde e rosa, conforme Heller (2000), foram resumidas para guiar a escolha de texturas de tecidos que evocam as sensações desejadas para o público-alvo, conforme apresentado no quadro 1.



Quadro 1 – Tabela de sensações

Cor	Sensações	Sentimentos	Texturas	Tecidos
Azul	Simpatia, harmonia, infinito, calma, tranquilidade, confiança, estabilidade, serenidade.	Confiança, segurança, relaxamento, estabilidade emocional, contemplação, reflexão.	Suave, macia, gélida.	Melbourne Silk, crepe georgette, musseline, voile, organza.
Vermelho	Paixão, amor, raiva, intensidade, poder, status, dinamismo, extroversão.	Excitação, emoção, energia, urgência, agressividade, força de vontade, liderança.	Grossa, ardente, vibrante, aveludada.	Plush, couro, tweed, veludo.
Amarelo	Otimismo, energia, concentração, alegria, irritação, instabilidade, luz do sol.	Felicidade, vitalidade, criatividade, clareza mental, impaciência, ansiedade, alerta, oscilações de humor.	Leve, luminosa, radiante, brusca, áspera, mix de texturas.	Chiffon, lã grossa, malha texturizada anarruga, <i>Air Flow</i> , Venice.
Verde	Equilíbrio, natureza, paz, saúde, estabilidade, segurança, fertilidade, frescor.	Renovação, harmonia, crescimento pessoal, cura, esperança, confiabilidade, equilíbrio emocional.	Suave, fresca, reconfortante.	Algodão orgânico, bambu, linho, seda, crepe Amanda.
Rosa	Feminilidade, cortesia, juventude, sensualidade, admiração.	ternura, romantismo, delicadeza, suavidade, afeto.	Delicada, suave, sutil.	Cetim, algodão pima, lã merino, <i>Two Way</i> , <i>Rayon</i> .

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

A tabela sintetiza as sensações e emoções associadas a cada cor, oferecendo uma compreensão inicial dos sentimentos evocados por cada matiz, segundo a Psicologia das Cores. Ao considerar também texturas e tecidos correspondentes a essas sensações, a tabela detalha as características sensoriais e emocionais de cada cor. Isso pode ser útil para pessoas com deficiência visual ao se vestirem, pois elas podem escolher as cores das roupas com base nas sensações táteis do tecido ou nos sentimentos que desejam expressar.

A finalidade da tabela não é ser lida e compreendida diretamente, mas sim sistematizar as sensações e sentimentos associados a cada cor e estabelecer uma conexão entre elas, as texturas e os tecidos que evocam as mesmas emoções. Assim, enquanto uma pessoa que enxerga experimenta a cor visualmente, uma pessoa com deficiência visual pode identificar a cor através do toque, associando-a às sensações e sentimentos. Etiquetas em

Braille e código *Feelipa* complementam essa experiência, fornecendo informações sobre a cor da peça de forma acessível.

Desenvolvimento de peças sensoriais: da inspiração à criação

Para a idealização das peças, a obra "Ensaio sobre a Cegueira" (1995) de José Saramago foi a inspiração principal. A dissertação foca na cegueira sob diversas perspectivas, destacando a valorização da visão em detrimento de outros sentidos e seu impacto nas relações humanas. Aborda a moda considerando a percepção sensorial dos tecidos, especialmente o tato e a visão, alinhando-se às reflexões do livro de Saramago.

O projeto questiona como um indivíduo com deficiência visual se vestiria sem informações sobre cores e padrões. Para os deficientes visuais, a identificação das roupas é feita por textura e forma. Através de descrições estéticas e do toque, eles constroem sua própria noção de beleza. Como resultado dessa constatação, elaborou-se o quadro 2.

Quadro 2 – Painel de inspiração



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Após essa etapa, iniciou-se a idealização e confecção dos produtos. As peças deveriam remeter à inspiração e oferecer as sensações das cores através dos tecidos. Optou-se por materiais resistentes e de qualidade para garantir durabilidade. O resultado obtido pode ser visto na figura 2.

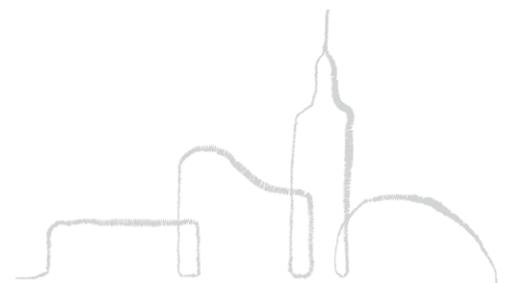


Figura 2: Pannel com conjunto desenvolvido para mulheres com deficiências visuais

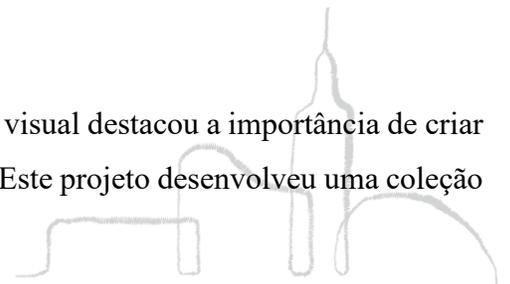


Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Ao todo, foram confeccionados três looks: um conjunto de saia (que possui dois tipos de tecidos diferentes, cada um com uma textura) e blusa (que é feita com um dos tecidos da saia que apresenta mais textura); um conjunto de calça (que possui um tecido fino e fluido com listras em dourado) e blusa sem alça (que possui dois tons de rosa do mesmo tecido, porém diferente do da calça). Por fim, há um vestido, que possui a manga e a calda plissados, para dar textura ao tecido que é liso.

Considerações Finais

Explorar a moda com foco na inclusão das pessoas com deficiência visual destacou a importância de criar peças que facilitem a identificação de cores através de um design sensível. Este projeto desenvolveu uma coleção



sensorial para mulheres com deficiência visual, promovendo uma moda mais acessível e inclusiva. A pesquisa incluiu um estudo abrangente sobre as necessidades dessas mulheres e os desafios enfrentados no mercado de moda.

Durante o desenvolvimento, foi elaborada uma tabela de sensações baseada em estudos de Eva Heller, guiando a escolha de texturas e tecidos para transmitir sensações táteis correspondentes às cores. Aspectos como ergonomia, conforto, funcionalidade e durabilidade foram considerados para garantir uma experiência positiva para as usuárias.

Os resultados destacaram a necessidade de iniciativas educacionais e de pesquisa para promover uma abordagem mais inclusiva no design de moda. Este trabalho pode servir de base para futuras investigações e sugere que universidades brasileiras incentivem estudantes de Design de Moda a pensar de maneira inclusiva desde o início de suas carreiras.

Referências

- BORGES, Maely Barreto et al. **Eu não vejo, mas sou vista - um estudo sobre o consumo de roupas por pessoas com deficiência visual.** Revista Brasileira de Marketing, v. 19, n. 1, p. 197-215, 2020.
- FEELIPA. **Cor para todos: O código de cor para pessoas com deficiência visual.** 2014. Disponível em: <<https://feelipa.com/pt/>> Acesso em: 08 de jun. de 2023.
- GIL, Marta. **Deficiência visual.** Brasília: MEC. Secretaria de Educação a Distância, 2000.
- HELLER, E. **A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão.** São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2012.
- KAUFMAN-SCARBOROUGH, C. (1999). *Reasonable access for mobility-disabled persons is more than widening the door.* *Journal of Retailing*, v. 75(4), p. 479-508. doi: 10.1016/s0022-4359(99)00020-2.
- OLIVEIRA, R. D. de; OKIMOTO, M. L. L. R. **Tecnologias assistivas relacionadas à moda para pessoas com deficiência visual: uma revisão sistemática.** *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.]*, n. 35, p. 183–205, 2022.
- PAZMINO, A. V. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos.** 1. ed. São Paulo: Blucher, 2015.
- SCHNEIDER, Jessica et al. **Etiquetas têxteis em braille: uma tecnologia assistiva a serviço da interação dos deficientes visuais com a moda e o vestuário.** *Estudos em Design*, v. 25, n. 1, p. 65-85, 2017.
- ZEBEHAZY, K. T., LAWSON, H. **Blind and Low Vision.** *Handbook of Special Education*, 2017.

