
Araguacy Paixão Almeida Filgueiras¹
Fernanda Cristina Castelo de Lima Martins²
Maria do Socorro de Araújo³
Maria Fabíola Fonsêca Mourão Teixeira⁴
Maria de Jesus Farias Medeiros⁵

INCLUSÃO NA MODA COMO DESIGN SOCIAL ADOTADO PELAS CIDADES CRIATIVAS

As discussões sobre inclusão e acessibilidade de pessoas com deficiência estão conquistando políticas públicas com destaque para a última década neste novo século, abrindo espaço para a moda inclusiva. Uma moda que se faz, inicialmente, a partir da lógica do desenho universal no qual a concepção de produtos e serviços, entre outros, seja acessível a todas as pessoas, indistintamente.

O marco regulatório no estilo arquitetônico trata da acessibilidade como política social de inclusão para todos, em especial para aqueles sem ou com pouca mobilidade de locomoção, sejam os deficientes físico motores, deficientes visuais, auditivos, mentais e/ou intelectuais, idosos e pessoas em situação de limitação temporária. São essas pessoas, em parte, invisíveis aos criadores de design e também pelo poder público.

É de conhecimento que, embora existam legislações que visam à acessibilidade no ambiente construído, ainda é preciso melhorar os instrumentos de locomoção que permitam a facilitação do ir e vir.

Destacamos que as cidades são territórios que se reinventam continuamente e são capazes de mobilizar talentos de pessoas ou coletivos, com os recursos tecnológicos disponíveis ou, que venham a ser criados. Envolve ainda, as suas potencialidades culturais para gerar soluções criativas na educação, na saúde, na mobilidade urbana, na moda, no design e na geração de emprego. Portanto, todos necessitam de amparo como modo de inclusão para afirmar sua cidadania. Torna-se imperativo ações projetuais do design, da moda, do turismo, do design thinking que favoreçam tais demandas. Nesta perspectiva, a geração de novos talentos pode exercer seus conhecimentos com visão inovadora e criativa contribuindo para o novo design social.

De acordo com Cohen (2012), a democratização e acesso aos bens culturais, além de acessibilidade nos estabelecimentos que comercializam produtos de moda, é um direito amparado por legislação. É nesse contexto que esse trabalho busca refletir sobre tal problemática que envolve esse contingente de pessoas que habitam os diversos espaços. Para além disso, afirmamos serem importantes as rela-

1- Professora do Bacharelado em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. Doutora em Engenharia Têxtil (Universidade do Minho-PT). Pesquisadora nas áreas de Modelagem, Moulage, Moda Inclusiva, Ergonomia, Artesanato e afins, aradesign@uol.com.br

2- Designer de moda (UNIFOR), Mestre em Enfermagem (UFC). Pesquisadora de Moda Inclusiva e Acessível, nandamartins.fm@gmail.com

3- Professora do Bacharelado em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. Mestre em Design e Marketing do Vestuário (Universidade do Minho-PT). Pesquisadora nas áreas de Modelagem, Ciência do Conforto e Moda Inclusiva, msdesign@gmail.com

4- Professora do Curso Tecnológico em Design de Moda (UNIFOR), fabismoda@gmail.com

5- Professora do Bacharelado em Moda, Design e Estilismo da Universidade Federal do Piauí

ções atitudinais que corroboram o desenvolvimento de design universal, feito para atender a todo o tipo de necessidade e ou limitações físicas ou sensoriais.

Essa é uma demanda de política educativa, criativa, inovadora, na geração de novas ideias, nas quais a criatividade é um vetor primordial na condução de possibilidades exitosas. Mas quando o assunto é inclusão social, a realidade brasileira ainda está longe de incluir todas as pessoas com deficiências sejam de natureza física, intelectual ou sensorial e lhes oferecer condições de igualdade como os demais indivíduos.

Por meio de aportes teóricos trazemos uma reflexão para despertar sujeitos com possibilidades reais de efetivar ações e políticas públicas que envolvam o setor da moda nos mais variados segmentos.

A educação formal é um dos meios para, desde a infância, disseminar o sentimento de inclusão não apenas pelas estruturas físicas das escolas, mas a preparação do corpo docente, do material didático e inclusão de conteúdos referentes à vivência com as pessoas com deficiência. O setor comercial ter maior sensibilidade com relação à acessibilidade à loja e, dentro desta, aos produtos, bem como ao atendimento, através de treinamento para os seus colaboradores. No setor produtivo, motivar e suscitar empreendimentos que venham proporcionar roupas acessíveis sob o ponto de vista técnico e estético.

Outras possibilidades podem surgir e, efetivamente, a inclusão se tornar cada dia mais real.

1 DEFICIENTES NÃO, MAS COM DEFICIÊNCIA

A deficiência física caracteriza-se pela alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano, acarretando o comprometimento da função física, apresentando-se sob a forma de paraplegia, paraparesia, monoplegia, monoparesia, tetraplegia, tetraparesia, triplegia, triparesia, hemiplegia, hemiparesia, amputação ou ausência de membro, paralisia cerebral, membros com deformidade congênita ou adquirida, exceto as defor-

midades estéticas e as que não produzam dificuldades para o desempenho de funções, conforme o artigo 4º do Decreto nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999 (BRASIL, 2015; 1999).

Por influência do Movimento Internacional de Pessoas com Deficiência, a Constituição de 1988 incorporou a expressão “pessoa portadora de deficiência”, que se aplica na legislação ordinária. Adota-se, hoje, também, a expressão “pessoas com necessidades especiais” ou “pessoa especial” que, não sendo diferente psicologicamente das outras pessoas, têm as mesmas aspirações de auto aceitação perante a sociedade, conforme nos fala Dal Bosco (2014). É através do vestuário que conseguem ocultar suas diferenças e adaptar as suas necessidades específicas tornando-se iguais. Além disso, as pessoas levam em consideração não só a estética, mas a praticidade e o conforto do vestuário, adaptando às suas necessidades básicas.

Ao considerar o universo das pessoas cegas ou com dificuldades visuais, os problemas podem ser considerados mais sérios. O percentual da deficiência visual no Brasil merece atenção para redimensionar aspectos criativos do design de moda. Resultados de pesquisa realizado por Pinto e Freitas (2013), investigando experiências de compra por deficientes visuais no varejo de roupas, apontaram cuidados que os comerciantes devem ter com esse público, que vai desde proporcionar contato físico com a roupa e outros produtos de moda, passando pelo cuidado na ambientação para receber esse cliente até a postura ética dos vendedores, de oferecer determinado produtos obsoletos e com defeitos para o cliente cego, creditando ao mesmo um total desconhecimento da realidade, pelo fato de ser cego. Desta forma, pode-se afirmar que a deficiência visual não pode ser fator impeditivo para que alguém adquira uma peça de vestuário, de acordo com a sua vontade, sem correr o risco de ser enganado, e ou ter dificuldade de locomoção no ambiente de compra.

O Censo de 2010, realizado pelo Instituto Brasi-

leiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontou que 45,6 milhões de pessoas declararam ter algum tipo de deficiência. Considerando a população residente no país, 23,9% possuíam pelo menos uma das deficiências investigadas: visual, auditiva, motora e mental ou intelectual.

A prevalência da deficiência variou de acordo com a natureza delas. A deficiência visual apresentou a maior ocorrência, afetando 18,6% da população brasileira. Em segundo lugar, está a deficiência motora, ocorrendo em 7% da população, seguida da deficiência auditiva, em 5,10% e da deficiência mental ou intelectual, em 1,40% (IBGE, 2012). No Ceará, para o mesmo período, segundo divulgação do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), que compilou os dados estaduais e regionais, de 8.448.055 habitantes, existem, pelo menos, 2.340.150 pessoas com deficiência. O percentual da população residente no Estado com algum tipo de deficiência (27,69%) supera os índices nordestinos (26,63%) e nacional (23,92%) (CEARÁ, 2012).

Em Fortaleza, os percentuais seguem à tendência estadual. De 2.452.185 habitantes, 646.493 declararam ter pelo menos uma das deficiências investigadas, o que corresponde 26% da população em geral. Ao segmentar o intervalo para homens e mulheres, com 18 anos e mais, esse total fica em 1.762.956. Desses, 567.944 declararam pelo menos uma das deficiências, correspondendo a 32,21%. Da população nessa faixa etária 25,42% são deficientes visuais, seguidos de deficientes motores com 9,78%, deficientes auditivos 7,38% e deficiência mental ou intelectual, 1,46% (IBGE, 2010).

Um fator em destaque da atualidade são os dados alarmantes de sequelas e incapacidades decorrentes de acidentes de trânsito. Desse modo, a população com deficiência adquirida – permanente ou temporária, tem crescido e demandado artigos que facilitem e possibilitem a sua reinserção no convívio social. Diante dos dados, afirmamos que a inclusão na moda vai além da necessidade do se vestir.

2 MODA INCLUSIVA

Quando se fala de produto de moda, é interessante destacar que não se pretende pensar que esse produto seja apenas o de vestuário, visto que a moda é muito mais abrangente, e nela cabe absolutamente tudo relativo a produtos e serviços. Portanto, no espaço para a moda inclusiva a concepção de produtos e serviços, entre outros, visa à acessibilidade a todas as pessoas, considerando a complexidade de todos os segmentos de consumidores como usuários do vestuário de moda.

Um dos aspectos a se considerar sobre o corpo com deficiência para ser vestido e que exige dos criadores de design de moda, é a compreensão para resguardar a identidade do usuário, ocupando um lugar que é seu, por direito, que é o das ruas, dos espaços coletivos e públicos. Sobre esse corpo não deve pairar nenhuma forma de opressão, mas ofertar dignamente, as mesmas condições de acesso a produtos, bens e serviços, que atendam às suas necessidades e também desejos (GRAVE, 2007).

Conforme Mota e Mendonça (2009), a moda pode incluir e excluir os sujeitos e como extensão visual pode refletir a linguagem de suas emoções, traduzindo comportamento e ações. Desde modo, conforme as autoras, não se pode pensar em moda considerando apenas por uma questão de mercado:

[...] para responder uma demanda que não é devidamente atendida, mas por uma questão de posicionamento ético político de permitir o reconhecimento e a inserção, o pertencimento sociocultural de pessoas, sujeitos, que não dispõem das formas corporais instituídas predominantemente como as mais adequadas e bonitas. A moda tem o poder de incluir e excluir formas e sujeitos, e deve assumir a perspectiva da pluralidade, da diferença e da expressão democrática para uma existência mais feliz de todas as pessoas (MOTA e MENDONÇA, 2009, p.7).

É nesse contexto que se traz o sentido primordial de inclusão, com o tratamento satisfatório ao usuário, indistintamente. Isso é possível com a adoção

dos princípios do design universal em projetos de produto, como o uso equitativo, uso flexível, uso simples e intuitivo, informação perceptível, tolerância a erros, baixo esforço físico, e tamanho e espaço para aproximação e uso, desenvolvidos por peritos do Centro de Desenho Universal da Universidade da Carolina do Norte, em 1997. O desenvolvimento de produto inclusivo refere-se ao seu uso independente das necessidades especiais, das habilidades, postura, mobilidade, estrutura corporal, sendo utilizáveis pelo maior número de pessoas (BROGIN, 2015).

Grave (2007) traz à tona a discussão em que a relação corpo-vestuário é elemento integrante da imagem corporal, traduzindo-se em desejo e prazer:

Independentemente do corpo, o vestuário formaliza-se e acomoda-se à esta superfície, como que criando sua própria técnica de aderência, libertando-se da circunstância física ou psíquica em que o corpo se encontra e transpondo-se à linguagem do corpo a ponto de, após ser despedido, continuar apresentando os traços do usuário (GRAVE, 2007, p.19).

A autora discute a cumplicidade nessa relação, na qual é evidente a sinergia entre formas e movimentos, tendo em vista a repetição das atitudes corporais e do vestuário e que envolvem coordenação e sensibilidade.

A complexidade no desenvolvimento de produto de moda inclusiva compreende conhecimentos aplicados ao produto que “não basta fornecer às pessoas uma característica funcional, o design inclusivo tem que fazer com que essa característica seja fácil de usar e que seja atrativa aos consumidores”, como nos falam Steinfeld e Tauke (2002, p.170), quando afirmam que o design inclusivo tem como objetivo inserir a sociedade e eliminar a discriminação.

3 DISCUTINDO MODA INCLUSIVA EM FORTALEZA

A moda inclusiva propõe o vestir e desvestir com autonomia e beleza, incorporando soluções inova-

doras na modelagem e acabamentos, para pessoas com deficiência permanente ou temporária, sejam elas adultas ou crianças, ou mesmo para os que desejem usá-la, por uma questão de conforto ou pelo design diferenciado. Auler (2014) afirma que essa proposta tem o olhar voltado, também, para facilitar os acessos dos clientes aos locais onde o produto é comercializado. A maior discussão em que o conceito está imerso, é a democratização de todo o processo que envolve a moda.

Pode-se considerar, também, que a produção em moda para pessoas com deficiência deve extrapolar o saber fazer e se apropriar do que está na essência, ou seja, entender o que é deficiência. Conscientes da necessidade de um debate acerca do tema, designers de moda e professores dos cursos de moda da cidade de Fortaleza/CE, com atuação na área das políticas públicas e aproximação da temática, seja pela práxis na academia ou pelo fazer cotidiano, idealizaram o Seminário Moda Inclusiva Fortaleza 2017 (TEIXEIRA, FILGUEIRAS; MARTINS, 2018).

O evento foi um momento em que moda e inclusão assumiram o centro das ações envolvendo processos, tecnologia e metodologias, para mostrar que podem e devem andar de mãos dadas; que um universo tão diverso como a moda é capaz de acolher a todos, considerando suas singularidades e criar coisas belas.

Voltado às Pessoas com Deficiência / Estudantes de Moda / Professores de Moda / Pessoas e instituições envolvidas com a cadeia têxtil e com a temática / Pessoas interessadas na temática, o Seminário aconteceu nos dias 23 e 24 de março de 2017, nas dependências do Centro de Profissionalização Inclusiva para a Pessoa com Deficiência – CEPID. Teve como objetivo central aprofundar a discussão sobre moda e deficiência, que resulte em estratégias para o desenvolvimento e fortalecimento da moda inclusiva no Ceará, além de: discutir deficiência e moda inclusiva; apresentar roupas produzidas de acordo com o conceito de moda inclusiva; sensibilizar profissionais e gestores para ações mais efetivas, acessí-

veis e inclusivas; articular instituições, profissionais, estudantes e Pessoas com Deficiência para discussões e ações futuras envolvendo a temática.

A metodologia utilizada envolveu rodas de conversa, aula técnica e desfile com experiência sensorial, cujo intuito foi despertar nos participantes o envolvimento nas discussões de cada tema de uma forma, ao mesmo tempo, leve, pedagógica e reflexiva.

4 O SEMINÁRIO MODA INCLUSIVA FORTALEZA 2017

O evento contou com a participação de 100 (cem) inscritos e, dentre os convidados, destacamos a presença de Daniela Auler, idealizadora do projeto Moda Inclusiva, da Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência, do Governo de São Paulo (SEDPCD). Contou, também, com a presença de profissionais atuantes, empresários e participantes de eventos na causa da Moda Inclusiva, todos com expertise e propriedade no tema, conferindo para os presentes, argumentos que fomentaram a discussão sobre moda para Pessoas com Deficiência, como uma necessidade ainda pouco explorada pelos empresários da moda.

O evento aconteceu em dois dias, para um pú-

blico de cem pessoas, composto por estudantes de design de moda e áreas afins, trabalhadores e professores do design, inclusive design de interiores, representantes de associações e outras organizações representativas das Pessoas com Deficiência (PCD's), de setores da indústria e comércio e órgãos governamentais, local e de São Paulo.

A programação (Quadro 1) constou da abertura oficial, com a fala dos representantes das PCD's, órgãos governamentais e instituições de ensino.

Na sequência, os participantes assistiram à apresentação do grupo Dança sobre Rodas, da organização Elos da Vida (Figura 1). Em seguida, deu-se a formação da primeira roda de conversa, de uma sequência de 5 (cinco), distribuídas nos dias de atividade.

Encerrando o Seminário, foi realizada uma aula técnica sobre design e conforto, apresentada por Daniela Auler e comentada por 4 (quatro) docentes das instituições parceiras, que consistiu em um desfile de peças de vestuário inclusivo cedidas do acervo do Concurso Moda Inclusiva, da SEDPCD do Estado de São Paulo e dos finalistas das duas edições (2014 e 2015) do Concurso Ceará Moda Acessível, promovido pelo CEPID (Figura 2). Os modelos des-

Quadro 1– Programação do Seminário Moda Inclusiva Fortaleza 2017

| | DIA #1 – 23/3 quinta-feira | DIA #2 – 24/3 sexta-feira |
|---|--|---|
| Manhã | <ul style="list-style-type: none"> - Credenciamento - Abertura - Apresentação cultural – Dança Sobre Rodas Elos da Vida - Roda de Conversa PESSOAS COM DEFICIÊNCIA – Direitos que precisamos saber | <ul style="list-style-type: none"> - Roda de Conversa INOVAÇÕES – Experiências e oportunidades - Roda de Conversa – MODA INCLUSIVA – Cultura, Formação e Mercado: caminhos de inserção |
| Tarde | <ul style="list-style-type: none"> - Roda de Conversa MODA & DEFICIÊNCIA – Um mundo de possibilidades - Roda de Conversa MODA INCLUSIVA PARA OS PÉS: Pisando firme quando o assunto são os calçados. | <ul style="list-style-type: none"> - Desfile – Aula técnica DESIGN E CONFORTO – ergonômico, sensorial, termofisiológico e psicoestético - Experiência sinestésica - Encerramento |
| Fonte: Arquivos do Seminário Moda Inclusiva Fortaleza, 2017 | | |

Figura 1 – Dança sobre Rodas – Elos da Vida



Fonte: Arquivos do Seminário Moda Inclusiva Fortaleza, 2017

Figura 2 – *Making off* e Desfile-aula técnica



Fonte: Arquivos do Seminário Moda Inclusiva Fortaleza, 2017

se desfile foram pessoas com e sem deficiência, incluindo crianças, com destaque para a participação especial da ex-miss Brasil de 2015, a cearense Melissa Gurgel, que encerrou o desfile.

A apresentação seguinte foi o desfile para deficientes visuais: Uma experiência sinestésica (Figura 3), atividade desenvolvida por estudantes do curso de Design de Moda da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), atividade na qual convidados da plateia participaram da experimentação sensorial com os olhos vendados.

O conteúdo das rodas de conversa foi organizado numa perspectiva crescente, de modo a atrair a atenção dos participantes e contribuir para a melhor compreensão sobre a temática central do evento –

inclusão e moda. Paralelamente às discussões que aconteciam no plenário do CEPID, uma exposição de trabalhos voltados para a moda inclusiva, produzidos pelas instituições parceiras e um *lounge* especialmente montado pelos professores e estudantes do curso Design de Interiores da Faculdade Estácio, montado no hall de entrada do local, possibilitou o fluxo livre dos estudantes do órgão e maior interação desses com o próprio evento em si.

A opção pelas Rodas de Conversa enquanto técnica para fomentar o debate se deu pelo entendimento dos organizadores do evento, percebendo-se como um momento onde todos pudessem, na medida do possível, considerando a estrutura física do espaço e disponibilidade das cadeiras, participar

Figura 3 - Experiência cinestésica



Fonte: Arquivos do Seminário Moda Inclusiva Fortaleza, 2017

Figura 4 - Mesas Redondas



Fonte: Arquivos do Seminário Moda Inclusiva Fortaleza, 2017

ativamente da discussão. De acordo com Moura e Lima (2014, p.98): “A roda de conversa é, no âmbito da pesquisa narrativa, uma forma de produzir dados em que o pesquisador se insere como sujeito da pesquisa pela participação na conversa e, ao mesmo tempo, produz dados para discussão.” Essa técnica se configura em uma ferramenta que possibilita reflexão e interação sobre assuntos de propriedade dos sujeitos, que envolvem e permitem observação, diálogo, ponderação e argumentação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização de eventos desta natureza permite a abertura de canais de comunicação entre os participantes levando todos a aprofundar o debate sobre moda inclusiva em ações presentes e futuras. A metodologia favorece surgir demandas e proposições;

estimular as discussões com os vários setores de produção de produtos de moda; ampliar parcerias entre as instituições nas futuras construções e debates, bem como expandir o diálogo com a indústria têxtil e seus associados.

Enquanto finalizamos este texto, um projeto ainda mais ousado fora constituído, seguindo às conclusões e recomendações sinalizadas no Seminário, na perspectiva de que a moda inclusiva contribua sempre mais para ampliar e fortalecer o debate sobre a política de inclusão, mostrando que a moda pode e deve ser democrática, vencendo todas as barreiras e limitações.

Neste projeto, conseguiu-se envolver cursos de moda do estado do Ceará e da capital do estado do Piauí em atividades itinerantes em cada instituição. O objetivo principal é, além de ampliar as discussões

no binômio moda-inclusão, envolver maior número de pessoas com a temática, sensibilizando-as a participar do Seminário Moda Inclusiva Fortaleza 2019, robustecendo ainda mais as possibilidades de Fortaleza Cidade Criativa.

Corroborando com a causa, nossa visão é adotar-mos com propósito, objetivos de abraçar a moda inclusiva como um processo educativo e contribuir com a inserção do design de moda, através de projetos e produções, mobilizando instituições e outras parcerias pela causa, no contexto pensar moda, fazer moda e usar moda.

REFERÊNCIAS

AULER, D. A moda inclusiva. *Revista dObra[s]*, 2014. Disponível em: <http://modainclusiva.sedpcd.sp.gov.br/pdfs/Revista_Dobras.pdf>. Acesso em: 14 out. 2016.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **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)**. Brasília, 2015.

BRASIL. Estatuto da Pessoa com Deficiência. 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/13146.htm> Acesso em: 08/04/17.

_____. Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência. 1999. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3298.htm> Acesso em 10 out. 2018.

BROGIN, B. **Gestão de design para moda inclusiva: diretrizes de projeto para experiência do usuário com deficiência motora**. 2015. Dissertação. Mestrado em Design Gráfico. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015.

CEARÁ. Secretaria de Planejamento e Gestão-SEPLAG. 2012. Instituto de Pesquisas do Ceará-IPECE. Panorama das pessoas portadoras de alguma deficiência no Ceará. In: **Enfoque Econômico**, Nº 23, fev. 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/WJHuos>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

COHEN, R; DUARTE, C; BRASILEIRO, A. **Acessibilidade a Museus**. Ministério da Cultura. Instituto Brasileiro de Museus. Brasília, DF: MinC/Ibram, 2012.

MOTA, M. D. B.; MENDONÇA, A.V. **Acima do peso ou fora da moda?** sobre roupas de tamanhos especiais para mulheres. In: 5º Colóquio de Moda, 2009. 1ª Edição Internacional. **Anais...** Recife: Faculdade Boa Viagem, 2009.

DAL BOSCO, G. L.S. Moda inclusiva: uma análise estética e funcional. Disponível em: http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda_2014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-Eixo-3-Moda-Inclusiva-Uma-Analise-Estetica-e-Funcional.pdf. Acesso em: 08/04/17

GRAVE, F. **A moda-vestuário e a ergonomia do hemiplégico**. 2007. Dissertação. Mestrado em Moda, Cultura e Arte. Centro Universitário SENAC. São Paulo, 2007.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em: 17 out. 2016.

STEINFELD, E.; TAUKE, B. **Universal design**. 17 ways of thinking and teaching, Oslo: Husbanken, 2002, p. 165-189.

TEIXEIRA, M. F. F. M.; FILGUEIRAS, A. P. A.; MARTINS, F. C. C. L. **Discussões sobre moda inclusiva em Fortaleza-Ceará**. In 14º Colóquio de Moda, 11ª Edição Internacional. 2018. **Anais...** Curitiba, Faculdade Positivo, 2018. Disponível em <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/>> Acesso em 10 out. 2018.