

RESSALVA

Atendendo a solicitação da autora, Barbara Viotto do Carmo, o texto completo deste documento será disponibilizado somente a partir de 25/11/2027.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA

Barbara Viotto do Carmo

Acessibilidade midiática e moda:
proposta de parâmetros de audiodescrição de roupas no ambiente on-line

Bauru
2025

Barbara Viotto do Carmo

Acessibilidade midiática e moda:

proposta de parâmetros de audiodescrição de roupas no ambiente on-line

Dissertação de Mestrado Acadêmico
apresentada ao Programa de
Pós-graduação em Mídia e Tecnologia
(PPGMiT) da Faculdade de Arquitetura,
Artes, Comunicação e Design (FAAC),
da Universidade Estadual Paulista “Júlio
de Mesquita Filho” (Unesp), campus de
Bauru, para obtenção do título de Mestre
em Mídia e Tecnologia, sob orientação
da Prof.^a Dr.^a Suely Maciel.

Bauru
2025

Carmo, Barbara Viotto do

Acessibilidade midiática e moda : proposta de parâmetros de audiodescrição de roupas no ambiente on-line / Barbara Carmo. - Bauru, 2025
160 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Suely Maciel

1. Moda. 2. Vestuário. 3. Acessibilidade Midiática.
4. Deficiência Visual. 5. Audiodescrição. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Dados fornecidos pelo autor(a).

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE BARBARA VIOTTO DO CARMO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 24 de novembro de 2025, às 17h, no(a) Sala de Reuniões do Departamento de Ciências Humanas e via Google Meet: <https://meet.google.com/peu-txwu-qfg>, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de BARBARA VIOTTO DO CARMO, intitulada "Acessibilidade midiática e moda: proposta de parâmetros de audiodescrição de roupas no ambiente on-line". A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Doutora SUELY MACIEL (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / UNESP / Câmpus de Bauru - FAAC, Professor Doutor DORIVAL CAMPOS ROSSI (Participação Presencial) do(a) Departamento de Design / UNESP / Câmpus de Bauru - FAAC, Professora Doutora FLÁVIA AFFONSO MAYER (Participação Virtual) do(a) Comunicação / Universidade Federal da Paraíba , Após a exposição pela mestrande e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Documento assinado digitalmente



SUELY MACIEL

Data: 19/01/2026 20:28:18-0300

Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Professora Doutora SUELY MACIEL

À dona Vita, cuja privação de acesso à educação formal nunca a impediu de ser mestre. Minha mestre. A saudade transformada em determinação de ser uma fração dessa vida. Seu sonho era estudar e ensinar. O meu, te orgulhar.

AGRADECIMENTOS

Embora tenha passado por diversos momentos de bloqueio criativo durante a redação deste trabalho, esta é a seção que mais me desafiou. Afinal, as referências que aparecerão ao longo destas poucas páginas podem não ter currículos acadêmicos robustos, podem nunca ter pisado num evento científico, podem não saber o que significa ‘defender um mestrado’, mas são as fontes que consulto quando as dúvidas são mais do que técnicas, a bibliografia que tem sempre a resposta certa, a banca que revisa cada sílaba minha sem se importar com a gramática do texto ou a veracidade das ideias. Embora a ciência seja o oposto de crenças, trabalhos como este só existem porque alguém neles acredita. Eles acreditaram.

Mammy e Mozão, obrigada não é o bastante para agradecer por todo o sacrifício que fizeram para me educar como sonhavam. Naquela época, cada centavo valia muito, e o pouco que tinham foi confiado a mim: do caderno com folha de adesivos dupla na primeira série ao aluguel na faculdade. Talvez minha humanidade egoísta me impediria de fazer o mesmo. Mais do que isso, sou grata pelo abraço que acolhe quando tudo parece dar errado e pela confiança em me deixar sonhar. Pela paciência e perseverança quando, de tempos em tempos, entro na minha caverninha sem luz. Sei que não é fácil. Claro, pela escuta quando passo semanas falando de um único assunto. Um desses assuntos se transformou num texto de mais de 100 páginas. Valeu a pena, não? Agradeço à Tia Vera, à vó Irene e ao tio Zé, por confiarem que essas ideias de estudar dariam certo. Também por estarem sempre por perto, pelas palavras de suporte, pelas risadas, pelo ombro onde sei que posso sempre chorar. Tenho um pouquinho de vocês em mim e vocês ainda têm muito do que quero me tornar.

Amigos, amo vocês. Tainá, Bruna e Gabriela (para dizer os nomes reais, afinal, somos já adultas), obrigada pela parceria desde quando éramos jovens perdidas em Bauru e assustadas com a vida de gente grande. Hoje essa vida não nos assusta mais. O que assusta é que ela nos levou para caminhos diferentes. Os encontros não são tão constantes. As risadas demoram a se sincronizar. O choro é em outro ombro. Mas vocês são a casa onde sei que poderei sempre retornar. Guilherme e Letícia, que escutam, apoiam e até revisam textos quando minha falta de atenção começa a preocupar. Cada incentivo, risada e nossas tradicionais discórdias contribuíram para a conclusão deste trabalho. Elen e Beatriz, minhas duas almas-gêmeas, sem as quais eu não seria nada. Tem sido *fabulous* dividir a vida com vocês, me tornar mulher junto a vocês. Defender uma dissertação é a coisa mais adulta que já fiz na vida e vocês fazem parte disso que começou quando a gente era bem pequenininha.

Minhas duas maiores influências desde o início da minha vida acadêmica e que, ironicamente ou não, têm o mesmo nome, Guilherme e Guilherme. Já repeti inúmeras vezes, mas não vou me cansar nunca: vocês são incríveis e inacreditáveis academicamente, além de lindos e adoráveis. Em outras palavras, *charisma, uniqueness, nerve and talent*. Gui M., sua energia é singular e cada conversa com você me faz descobrir um novo mundo. Sua presença inspira. Gui F., que me coloca no eixo quando a corda está bamba e abre o caminho quando a floresta está densa demais. Um mero ‘eu acredito’ vindo de você muda tudo. Você sabe como te admiro.

Agora, sim, agradeço à Suely, minha orientadora, professora e mestre. Vejo em você aquilo em que quero me tornar um dia. A força com leveza, presença que inspira e a sabedoria que nos ajuda a alcançar conquistas que nunca imaginávamos sonhar. Me sinto honrada por ter, no mestrado, a supervisão da maior referência que tive na graduação. Obrigada pelos incentivos, pela parceria, pela paciência, pelos conselhos, pela dedicação às orientações e por tantas vezes descomplicar o que, na minha mente, parecia sem solução. Agora, posso dizer, que é a minha maior referência no mestrado também.

Agradeço também a todos os participantes, consultores e entrevistados desta pesquisa. Sem eles seria impossível tirar a ideia do projeto e torná-la uma proposta que pode contribuir verdadeiramente para a acessibilidade na esfera do vestuário. A confiança e o entusiasmo para colaborar com esta pesquisa foi determinante para a conclusão dela. Do fundo do meu coração, muito obrigada!

RESUMO

CARMO, B. V. **Acessibilidade midiática e moda:** proposta de parâmetros de audiodescrição de roupas no ambiente on-line, 2025, 148p. Dissertação (Mestrado em Mídia e Tecnologia) – FAAC – UNESP, sob a orientação da prof.^a Dr.^a Suely Maciel, Bauru, 2025.

A pesquisa investiga os parâmetros para a redação de audiodescrição (AD) de peças de roupa e sua disponibilização em lojas on-line de vestuário. O estudo adota abordagem qualitativa e caráter exploratório-descritivo, com metodologia múltipla. Envolve revisão bibliográfica e documental sobre moda e vestuário, acessibilidade midiática e audiodescrição. Em seguida, realiza uma pesquisa sobre hábitos de consumo de informação de moda, a partir de entrevistas com pessoas cegas e com baixa visão, identificando necessidades e preferências em relação ao consumo de roupas e às informações sobre o tema. Também contempla um estudo de casos múltiplos, com análise de veículos de informação de moda e lojas on-line de vestuário, para verificar o uso da audiodescrição, a partir dos critérios da Web Content Accessibility Guidelines e da Norma Brasileira ABNT NBR 16452. A partir dos resultados, foram elaborados protótipos de audiodescrição de roupas, posteriormente avaliados por um grupo focal. A partir disso, foi desenvolvida uma proposta de protocolo de audiodescrições de peças de vestuário de imagens de produtos exibidas em lojas on-line. Os resultados apontam que a audiodescrição pode ser aplicada junto ao texto de informações técnicas na página de produtos, apresentando de maneira direta e concisa as principais informações visuais e da textura da peça e atuando como recurso midiático para acesso das pessoas com deficiência visual ao vestuário.

Palavras-chave: Moda; Vestuário; Acessibilidade Midiática; Deficiência Visual; Audiodescrição.

ABSTRACT

CARMO, B. V. **Media accessibility and fashion:** proposal for parameters on audio description of clothing in online stores, 2025, 148p. Dissertation (Master's in Media and Technology) – FAAC – UNESP, advised by Prof. Dr. Suely Maciel, Bauru, 2025.

The research investigates the parameters for writing audio description (AD) for clothing items and their availability in online apparel stores. The study adopts a qualitative approach with an exploratory-descriptive character, utilizing a multiple methodology. It involves a bibliographic and documentary review regarding fashion and clothing, media accessibility, and audio description. Subsequently, research on fashion information consumption habits is conducted through interviews with blind and low-vision individuals, identifying needs and preferences regarding clothing consumption and information on the subject. It also includes a multiple case study analyzing fashion information outlets and online clothing stores to verify the use of audio description, based on criteria from the Web Content Accessibility Guidelines and the Brazilian Standard ABNT NBR 16452. Based on the results, prototypes of clothing audio descriptions were created and subsequently evaluated by a focus group. Following this, a proposal was developed for a protocol for audio descriptions of clothing items based on product images displayed in online stores. The results indicate that audio description can be applied alongside the technical information text on the product page, presenting the main visual and textural information of the item in a direct and concise manner, acting as a media resource to provide visually impaired people with access to clothing.

Keywords: Fashion; Clothing; Media Accessibility; Visual Impairment; Audio Description.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - “Paris Sneaker” (Balenciaga)	30
Figura 2 - Versão paralela de “Triple S” (Balenciaga)	30
Figura 3 - Página inicial Renner	74
Figura 4 - Categoria itens femininos Renner	75
Figura 5 - Especificações Blusa em Tricô com Broche de Abelha na Gola Polo Bege	77
Figura 6 - Blusa em Tricô com Broche de Abelha na Gola Polo Bege	78
Figura 7 - Casaco Longo Peluciado Com Caimento Pesado Gelo	79
Figura 8 - Página Inicial C&A	81
Figura 9 - Anúncios da Página Inicial C&A	82
Figura 10 - Categoria Itens Femininos C&A	83
Figura 11 - Informações Técnicas Jaqueta Perfecto De Poliuretano Preta	83
Figura 12 - Calça Texturizada C&A	85
Figura 13 - Página inicial Shein	87
Figura 14 - Menu de categorias Shein	87
Figura 15 - Camiseta “Docinho” Shein	89
Figura 16 - Página Inicial Marie Claire	92
Figura 17 - Categoria Moda Marie Claire	93
Figura 18 - Lauryn Hill no Met Gala 2025	94
Figura 19 - 10 Looks Com Gravata Marie Claire	95
Figura 20 - Captura de tela: Reels 1	99
Figura 21 - Captura de tela: Reels 2	100
Figura 22 - Captura de tela: Reels 3	101
Figura 23 - Captura de tela: Reels 4	101
Figura 24 - Captura de tela: Reels 5	102
Figura 25 - Captura de tela: Estáticos 1 a 5	103

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Recursos de acesso à mídia	49
Quadro 2 - Perfil dos entrevistados	58
Quadro 3 - Produtos analisados Renner	72
Quadro 4 - Produtos analisados C&A	79
Quadro 5 - Produtos analisados Shein	85
Quadro 6 - Publicações analisadas Marie Claire	90
Quadro 7- Publicações analisadas Stephanie Marques	96
Quadro 8 - Tipos de roupas	105
Quadro 9 - Tipos de Tecidos	109
Quadro 10 - Acabamentos dos tecidos	112
Quadro 11 - Estampas e padrões	112
Quadro 12 - Corte	114
Quadro 13 - Silhuetas	114
Quadro 14 - Estilos	116
Quadro 15 - Imagens e descrições	118
Quadro 16 - Perfil dos participantes	123
Quadro 17 - Protótipos reformulados	129

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Textos encontrados	71
Tabela 2 - Classificação Renner	78
Tabela 3 - Classificação C&A	83
Tabela 4 - Classificação Shein	88
Tabela 5 - Classificação Marie Claire	95
Tabela 6 - Classificação Stephanie Marques	102

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	19
3. VESTUÁRIO NO CONTEXTO DA MODA	24
3.1 Construção e expressão de identidades por meio do vestuário	24
3.3 Vestuário, informação visual e mídia	29
3.3 Recursos de acessibilidade para moda e vestuário	36
4 ACESSIBILIDADE MIDIÁTICA E ACESSO À INFORMAÇÃO VISUAL	40
4.1 Acessibilidade e seus desdobramentos midiáticos	40
4.2 Recursos de acesso e algumas aplicações	45
4.3 Conceituando a audiodescrição	47
5. DEFICIÊNCIA VISUAL E PERCEPÇÕES SOBRE MODA E CONSUMO DE MODA	55
5.1 Consumo de produtos de vestuário	57
5.2 Consumo de informação sobre vestuário	60
5.3 Percepções sobre acessibilidade na informação de moda	62
5.4 Audiodescrição como recurso fundamental	64
6. AUDIODESCRIÇÃO EM IMAGENS DE VESTUÁRIO ON-LINE	67
6.1 Renner	69
6.2 C&A	76
6.3 Shein	81
6.4 Marie Claire	86
6.5 Stephanie Marques	93
7. SISTEMATIZAÇÃO DE TERMOS RELACIONADOS A ROUPAS: PROPOSTA DE GLOSSÁRIO	101
7.1 Tipos de roupa	102
7.2. Tecidos	106
7.3 Motivos: estampas e padrões	109
7.4 Cortes e silhuetas	110
7.5 Estilos	113
8. PROPOSTA DE AUDIODESCRIÇÃO: DESENVOLVIMENTO DE PROTÓTIPOS	114
8.1 Discussão e avaliação dos protótipos	120
8.1.1 Local de inserção da audiodescrição	121
8.1.2 Quantidade e detalhamento de informações	122
8.1.3 Forma e conteúdo da audiodescrição	123
8.2 Protótipos de AD - Segunda Versão	125

9 RECOMENDAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO DE AUDIODESCRIÇÃO DE ROUPAS	132
9.1 Local e circunstância de inserção	132
9.2 Informações recomendadas	132
9.3 Ordem, estrutura e tamanho do texto	134
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS	140
APÊNDICE A - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS	150
APÊNDICE B - PLANEJAMENTO DO GRUPO FOCAL	151
APÊNDICE C - PERGUNTAS NORTEADORAS DO GRUPO FOCAL	152
APÊNDICE D - FICHAS DE OBSERVAÇÃO DO GRUPO FOCAL	153
APÊNDICE E - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	154
APÊNDICE F - INFLUENCIADORES CONSIDERADOS	156
ANEXO A - TRÁFEGO DA HOMEPAGE - MARIE CLAIRE	157
ANEXO B - TRÁFEGO CADERNO DE MODA - MARIE CLAIRE	158

1. INTRODUÇÃO

A deficiência tem sido compreendida na contemporaneidade a partir do modelo biopsicossocial, que considera os aspectos biológicos, psicológicos e sociais do indivíduo. Nessa perspectiva, a deficiência não é uma condição exclusiva da pessoa, mas o resultado da interação entre as características dela e as barreiras impostas pelo ambiente, as quais limitam ou impedem a plena participação social em igualdade de condições, comprometendo a autonomia e a independência dos sujeitos (Brasil, 2009). Essa concepção, defendida pela Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU, 2006 *apud* Brasil, 2009), foi incorporada à legislação brasileira pelo Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009, o qual promulgou a convenção.

Com base nessa compreensão, o termo deficiência abarca, portanto, um conjunto diverso de condições e se manifesta de maneiras distintas, acarretando experiências sociais, culturais e individuais também diversas. Para abranger essa diversidade, a deficiência é classificada conforme suas dimensões. Entre as principais denominações estão a deficiência física ou motora, a intelectual e as sensoriais, além das deficiências múltiplas, caracterizadas pela combinação de mais de um tipo de deficiência¹ (Brasil, 2004). A deficiência visual, privilegiada neste trabalho, é considerada deficiência sensorial e diz respeito à cegueira, à baixa visão e à surdocegueira (Brasil, 2006). A cegueira corresponde a um quadro no qual a acuidade residual é igual ou menor que 0,05° no melhor olho, com a melhor correção óptica, enquanto a baixa visão está relacionada com a acuidade visual entre 0,3° e 0,05° no melhor olho, com a melhor correção óptica. Por fim, a surdocegueira se dá pelo comprometimento simultâneo e em diferentes graus dos sentidos da visão e da audição.

No Brasil, há aproximadamente 14,4 milhões de pessoas com deficiência, representando 7,3% da população, segundo o Censo Demográfico de 2022, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025). Neste grupo, observa-se uma predominância feminina: cerca de 8,3 milhões de mulheres contra 6,1 milhões de homens. Além disso, há maior concentração de pessoas idosas, uma vez que 27,5% da população com 70 anos ou mais têm algum tipo de deficiência, enquanto o índice é de 5,4% entre pessoas de 15 a 59 anos e de 2,2% entre crianças e adolescentes de 2 a 14 anos. Em relação às pessoas com deficiência visual, elas são, no total, 7,941 milhões, sendo 822 mil pessoas cegas e 7,119

¹O Transtorno do Espectro Autista (TEA) também passou a integrar o rol das deficiências reconhecidas pela legislação brasileira, a partir da Lei 12.764/2012 (Brasil, 2012) e da Lei 13.146/2015 (Estatuto da Pessoa com Deficiência) (Brasil, 2015).

milhões de pessoas com baixa visão (com grande dificuldade para enxergar mesmo com o uso de recursos para correção óptica) (IBGE, 2025).

Trata-se, portanto, de um segmento expressivo da população que ainda enfrenta desigualdades significativas no acesso a direitos e serviços. Afinal, as pessoas com deficiência convivem num mundo predominantemente projetado por e para pessoas sem deficiência, repleto de barreiras que prejudicam ou impedem sua participação no ambiente social (Machado, 2015). Diante desse cenário, é preciso desenvolver maneiras de promover a inclusão dessas pessoas, tornando os sistemas sociais “adequados para toda a diversidade humana — composta por etnia, raça, língua, nacionalidade, gênero, orientação sexual, deficiência e outros atributos — com a participação das próprias pessoas na formulação e execução dessas adequações” (Sasaki, 2009, p.1). Em outras palavras, a eliminação de barreiras é uma necessidade premente e deve se dar num “processo contínuo e concomitante com o esforço que a sociedade deve empreender no sentido de acolher todas as pessoas, independentemente de suas diferenças individuais e das suas origens na diversidade humana” (Sasaki, 2005, p. 21).

Um princípio para promover a inclusão é a acessibilidade, definida como a “possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação [...] por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida” (Brasil, 2015). Assim, busca promover uso, participação, interação e bom proveito de bens e serviços por todas as pessoas, independentemente de suas condições físicas, sensoriais ou cognitivas (Greco; Jankowska, 2020).

No Brasil, a acessibilidade é assegurada pela legislação, como a Lei da Acessibilidade, lei nº 10.098/2000, e a Lei Brasileira de Inclusão (LBI) (Lei nº 13.146/2015), também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência. Ambas são marcos legais que instituem a garantia de acesso das pessoas com deficiência à efetivação de seus direitos, nas mais diferentes esferas, como transporte, convivência comunitária, informação, comunicação e cultura, entre outros (Brasil, 2015).

Consideramos o acesso ao vestuário e à informação sobre o tema como inseridos no rol de direitos garantidos pela lei. Afinal, o vestuário, além de cumprir funções práticas e estéticas, constitui um fenômeno social e cultural complexo, com papel significativo na construção de identidades, na expressão individual e na participação simbólica nos espaços sociais (Svendsen, 2006; Crane, 2013; Braga, 2022). Somada a isso, destacamos a relevância do setor de vestuário no mercado brasileiro, que é um dos cinco maiores produtores e

consumidores de denim e um dos quatro principais produtores de malhas do mundo (Abit, 2024). Além disso, o Brasil possui a maior cadeia têxtil completa do Ocidente, abrangendo todas as etapas de produção — desde o cultivo de fibras naturais, como o algodão, até a realização de eventos de moda e a manutenção de um varejo robusto (Abit, 2024). Por fim, o setor de moda no país movimentou cerca de R\$ 203,9 bilhões, em 2023, e a produção têxtil atingiu o volume de 2 milhões de toneladas (Abit, 2024). Esses dados enfatizam a relevância da indústria da moda para a economia brasileira e a expressividade do comportamento ativo dos consumidores.

No entanto, considerando o recorte de consumidores com deficiência, uma pesquisa realizada pela MindMiners (2022) revelou barreiras significativas no mercado de moda. No estudo, 41% dos entrevistados com deficiência relataram já ter tido experiências desagradáveis no processo de compra de itens de vestuário. Além disso, 62% relataram a necessidade de que os atendentes de loja tenham treinamento em relação ao atendimento de pessoas com deficiência. No âmbito dos produtos, 59% dos entrevistados relataram a necessidade de as marcas produzirem modelos de roupas que atendam a todas as pessoas e 52% demonstraram desejo de que as marcas atendam a uma maior variedade de corpos. Além disso, 30% citaram a necessidade de etiquetas em braille e 25%, de que os sites de lojas de roupas sejam compatíveis com tecnologias que permitem à pessoa com deficiência visual o acesso ao ambiente digital, como os softwares leitores de tela. Assim, garantir acessibilidade ao vestuário significa possibilitar que todas as pessoas, inclusive aquelas com deficiência, tenham acesso tanto às roupas quanto às informações visuais e simbólicas associadas ao vestuário.

A relação entre deficiência, acessibilidade e vestuário vem sendo abordada no campo da moda inclusiva, que busca contemplar a diversidade de corpos e habilidades dos consumidores e tornar o setor mais acessível e representativo (Sousa, 2023). Isso diz respeito não somente ao desenvolvimento de vestuário adaptado, mas também à ampliação da autonomia e da participação plena das pessoas com deficiência nas práticas e na comunicação sobre moda (São Paulo, 2025).

No campo científico, uma revisão sistemática de estudos que relacionam moda e deficiência, realizada por Perez e Martins (2024), destaca que parte significativa da produção científica brasileira nesse campo é marcada por uma abordagem capacitista, que utiliza terminologias obsoletas e não envolve as pessoas com deficiência nos processos de pesquisa. Além disso, em se tratando do público com deficiência visual, Oliveira e Okimoto (2021) apontam que, embora soluções tecnológicas — como aplicativos de identificação de cores e

descrição do vestuário ou o desenvolvimento de modelos fáceis de vestir — tenham demonstrado potencial para ampliar a autonomia desses consumidores, elas são pontuais e apresentam importantes limitações.

No caso da deficiência visual, a experiência cotidiana se dá em um ambiente orientado por estímulos visuais (Machado, 2015), e com o campo do vestuário isso não é diferente. Afinal, o componente visual de roupas e acessórios concentra uma quantidade relevante de informações estéticas e simbólicas que não podem ser percebidas por outros sentidos que não a visão, a menos que haja algum tipo de recurso que as traduza. Ou seja, para que elementos como cores, estampas e modelagens possam ser identificados, é preciso se valer da visão ou de recursos que convertam a informação visual em outra forma sensorial. Como observa Machado (2015, p. 41), “para as pessoas com deficiência visual, olhar (termo utilizado por elas) é usar os [outros] sentidos”. Assim, recursos de acesso e tecnologias assistivas voltados para esse público devem ampliar as experiências perceptivas a partir de outros sentidos, entre eles a audição. Uma dessas soluções de acesso é a audiodescrição (AD), modalidade de tradução intersemiótica, ou seja, entre diferentes sistemas de signos, que transforma o signo da informação visual em texto verbal (Snyder, 2020). A AD pode ser aplicada a uma ampla variedade de produções, tanto as analógicas, como livros, revistas e programas de televisão, quanto as digitais, como sites e redes sociais, além de eventos ao vivo (Jankowska, 2019).

Em vista do exposto, a presente pesquisa busca discutir o acesso das pessoas com deficiência visual ao segmento de moda, especificamente no que diz respeito à informação sobre vestuário em contexto midiático, entendendo a mídia como um intermediário entre a informação e os interlocutores, capaz de se manifestar em diferentes formatos e suportes (Laurentiz, 2013), e não somente como sinônimo de veículos de comunicação ou plataformas de redes sociais virtuais. Por isso, a pesquisa também parte da compreensão da audiodescrição como um recurso midiático, visto que ela é um meio pelo qual o público obtém informação (Jankowska, 2019).

Diante do cenário em que esta pesquisa se insere, levantamos o seguinte questionamento: quais são os parâmetros e os critérios que devem nortear a elaboração de audiodescrição de itens de vestuário, no contexto digital? Essa pergunta norteou o objetivo geral desta pesquisa, que é propor parâmetros para a criação e a implementação de audiodescrição de roupas expostas em imagens de páginas de produtos em lojas on-line de vestuário. Para alcançá-lo, mobilizamos quatro objetivos específicos:

a) sistematizar as principais propriedades técnicas que compõem uma peça de roupa, estabelecendo uma base conceitual que subsidie a elaboração da audiodescrição;

- b) desenvolver protótipos de audiodescrição de peças de roupas de produtos veiculados em sites de lojas on-line, compreendendo a forma e o conteúdo de uma audiodescrição de roupas, bem como o local mais adequado para a disponibilização do recurso;
- c) avaliar e validar os protótipos, a partir da consultoria de voluntários com deficiência visual, verificando a adequação, a clareza e a efetividade dos textos produzidos;
- d) elaborar critérios e parâmetros que possam orientar a elaboração de audiodescrição de peças de roupa.

Este trabalho tem natureza qualitativa, caráter exploratório e baseia-se em metodologia múltipla, envolvendo etapas de revisão bibliográfica, estudo de caso e pesquisa de campo. Inicialmente, realizamos uma revisão bibliográfica sobre os conceitos de acessibilidade midiática e os parâmetros técnicos da audiodescrição, além de uma exploração mais detida sobre vestuário e seus aspectos estéticos e culturais, incluindo elementos como modelagem, cores, tamanhos, padronagens e formatos, resultando em um glossário de termos que subsidiou a construção das audiodescrições. Em seguida, para melhor compreender os formatos que poderiam ter equivalente audiodescrito, optamos por duas estratégias. A primeira envolveu entrevistas com pessoas cegas e com baixa visão para compreender as necessidades e preferências desse grupo no consumo de informações sobre roupas. A segunda foi uma análise de sites de lojas de vestuário e publicações especializadas em moda e comportamento, para identificar o emprego da audiodescrição nesses espaços.

O resultado do levantamento de hábito de consumo de moda e vestuário e de informações sobre o segmento, bem como o estudo de casos múltiplos sobre as lojas on-line e as publicações, lançaram luz sobre a importância das imagens na experiência da pessoa com deficiência como sujeito inserido nesse universo, o que nos levou a nos debruçar sobre a audiodescrição de produtos de vestuário, especialmente roupas, que são a razão de ser de plataformas on-line do varejo de moda. Por fim, os resultados também levaram ao desenvolvimento de modelos de audiodescrição que, após avaliados e validados, balizaram a sistematização de parâmetros para elaboração de AD de imagens nas lojas on-line.

Uma vez que esta pesquisa busca contribuir para os estudos de acessibilidade midiática, pautando-se no direito de acesso à informação e à comunicação por parte das pessoas com deficiência visual, destacamos a inserção dela nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, como o ODS 10 - Redução das Desigualdades, mais especificamente a meta 10.2, “empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra”. Podemos citar ainda o ODS 16 - Paz, Justiça e Instituições

Eficazes, na meta 16.10, “assegurar o acesso público à informação e proteger as liberdades fundamentais, em conformidade com a legislação nacional e os acordos internacionais”.

Quanto à organização desta dissertação, os principais tópicos estão distribuídos em nove partes. Primeiramente, apresentamos as linhas gerais e os objetivos da pesquisa, na Introdução. No item 2, descrevemos os procedimentos metodológicos, explicando a fundo como foram realizadas as entrevistas, as análises dos conteúdos on-line de vestuário e a elaboração de protótipos de descrição, com validação por meio do grupo focal. Entre os itens 3 e 4, apresentamos as balizas teóricas do estudo, abordando o vestuário como fenômeno social e cultural, além dos conceitos de acessibilidade midiática e audiodescrição. No item 5, expomos os resultados das entrevistas e, no 6, o resultado da análise das publicações. Já no item 7, apresentamos a sistematização de terminologias relacionadas ao vestuário, propondo um glossário que será a base para as audiodescrições. No 8, tratamos da elaboração dos protótipos de audiodescrição, enquanto no 9 abordamos a avaliação dos protótipos por pessoas com deficiência visual e a proposição de parâmetros para a produção de audiodescrição de imagens de roupas, consolidando as contribuições obtidas ao longo da pesquisa. Por fim, no item 10, sistematizamos as discussões do trabalho, nas Considerações Finais.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como mote o questionamento sobre quais seriam os parâmetros para a elaboração de audiodescrições de itens de vestuário. A partir dessa preocupação, objetivou a proposição de instruções para a criação e implementação de audiodescrições de roupas em imagens de produtos de lojas on-line de moda. Para alcançá-lo, contemplamos os objetivos específicos de sistematização das propriedades técnicas das roupas num glossário, desenvolvimento de protótipos de audiodescrição e avaliação dos protótipos por pessoas com deficiência visual. Por fim, a articulação de parâmetros que orientam a escrita desses textos.

Para alcançar os objetivos, adotamos uma metodologia múltipla. Inicialmente, realizamos uma revisão bibliográfica sobre acessibilidade midiática, audiodescrição e aspectos técnicos e culturais do vestuário, o que contribuiu para a elaboração de um glossário de termos que apoiou a elaboração dos protótipos, posteriormente. Também consultamos pessoas cegas e com baixa visão sobre seus hábitos de consumo de vestuário e informação de moda e realizamos a análise da presença da audiodescrição em veículos de informações de moda e lojas on-line de vestuário, etapas que orientaram a seleção das imagens utilizadas nos protótipos de audiodescrição. Os protótipos foram submetidos a avaliações, por meio de grupo focal, cujas contribuições fundamentaram as recomendações finais para a elaboração de audiodescrições de roupas.

Durante todo o desenvolvimento desta pesquisa, contamos com o suporte e consultoria constante de pessoas com deficiência visual, postura fundamentada no princípio da universalidade da acessibilidade (Greco; Jankowska, 2020), segundo o qual é imprescindível pensar a acessibilidade desde a concepção do produto, evitando reduzi-la a uma adaptação posterior. Isso assegura que o resultado seja genuinamente coerente com as necessidades e preferências das pessoas com deficiência, além de contribuir para ser mais bem aproveitado por um público mais amplo, afinal, acessibilidade é para todos. Além disso, nos alinhamos ao lema “nada sobre nós sem nós” (Charlton, 1998, *apud* Romero-Fresco, 2020), que reforça a importância da participação direta das pessoas com deficiência na construção de soluções que as envolvem.

A consulta às pessoas com deficiência visual e a participação delas foram fundamentais para a condução desta pesquisa. Por meio das entrevistas iniciais, conseguimos compreender suas percepções, preferências e maneiras de consumo de conteúdos relacionados a moda e vestuário, o que definiu o recorte do objeto de estudo: o segmento de lojas on-line

de roupas. O grupo focal também foi decisivo na pesquisa. Nessa etapa, os participantes avaliaram os protótipos de audiodescrição elaborados e contribuíram com observações que permitiram aprimorar o formato e o conteúdo dos textos. Por exemplo, inicialmente, consideramos elaborar descrições em textos alternativos detalhados. Contudo, o diálogo com os participantes revelou que a combinação de textos alternativos e audiodescrições mais detalhadas tornou cansativo o consumo das informações. Disponibilizar somente as audiodescrições atenderia melhor as preferências e necessidades do público. Além disso, o processo colaborativo possibilitou identificar maneiras de tornar as descrições detalhadas e concisas, ao mesmo tempo, equilibrando fidelidade à imagem com fluidez e clareza. Assim, sem essa participação ativa das pessoas com deficiência, o produto final desta pesquisa possivelmente não atenderia tão precisamente as necessidades e expectativas do público que mais se beneficia da audiodescrição e seu propósito de promover acessibilidade e inclusão seria comprometido.

Como não foram encontradas diretrizes ou modelos de audiodescrição voltados especificamente ao vestuário, esta pesquisa partiu dos princípios gerais da audiodescrição, especialmente os estabelecidos pela Norma Brasileira ABNT NBR 16452 (ABNT, 2016) e pelos estudos de autores como Mazur (2022), Fryer (2016) e Snyder (2020). Assim, em relação à estrutura, ao foco da descrição e à hierarquização das informações, as audiodescrições seguiram o formato aplicável às imagens estáticas, já consolidado na literatura da área. No que se refere ao conteúdo, mobilizamos referenciais teóricos e documentais do campo do vestuário, criando um levantamento sobre nomenclaturas e terminologias da área que orientaram as escolhas de vocabulário.

Quanto à disponibilização das audiodescrições nas páginas de produtos de lojas on-line, identificamos uma diversidade de possibilidades. As descrições poderiam ser inseridas no texto alternativo das imagens, apresentadas por meio de um *player* de áudio, disponibilizadas como texto independente (separado das demais informações do produto) ou junto das especificações técnicas do produto. Contudo, não encontramos diretrizes consolidadas que indicassem o posicionamento mais adequado para esse tipo de conteúdo, no contexto desta investigação. Foi a partir do diálogo com as pessoas com deficiência visual que compreendemos que a estratégia mais efetiva seria integrar a audiodescrição ao campo de especificações do produto, seção já presente nos sites de venda on-line analisados e dedicada à apresentação de detalhes técnicos e comerciais da peça. Essa estratégia foi apontada como a mais funcional, porque reuniria, no mesmo espaço, informações técnicas e descritivas, facilitando o acesso e a compreensão pelo público.

O impacto desta pesquisa se manifesta em diferentes dimensões. A primeira diz respeito à inclusão das pessoas com deficiência visual no segmento de moda, especialmente no que diz respeito ao consumo de roupas em lojas on-line. Afinal, as consultas a esse público revelaram que essas pessoas não realizavam compras virtuais ou a faziam de maneira esporádica devido, principalmente, à ausência de audiodescrições nas páginas de produtos. Essa lacuna dificulta o acesso às informações visuais que orientam a decisão de compra. Considerando que a visualização da peça é relevante no processo de compra de vestuário, a inexistência de audiodescrições impede que pessoas com deficiência visual compreendam as características das roupas ofertadas, o que foi reforçado pela análise dos sites de grandes varejistas de vestuário (como Renner, C&A e Shein), que identificou a falta de acessibilidade nas plataformas, com destaque para a ausência do recurso da audiodescrição.

A segunda dimensão do impacto da pesquisa está relacionada à contribuição para promover a aplicação efetiva da Lei Brasileira de Inclusão (LBI), que estabelece a obrigatoriedade da acessibilidade em todos os âmbitos da sociedade, enfatizando o direito ao acesso à informação e à comunicação, incluindo os conteúdos digitais. Diante disso, ao propor parâmetros de audiodescrição voltadas ao vestuário, contribuímos para reduzir barreiras de acesso às informações visuais de roupas, oferecendo subsídios técnicos para que empresas do ramo do vestuário tornem seus conteúdos mais acessíveis.

Na terceira dimensão, desta vez científica, esta pesquisa contribui para preencher uma lacuna nos estudos que articulam audiodescrição e vestuário e, de maneira mais ampla, entre moda e acessibilidade. Ao propor uma reflexão e um modelo de audiodescrição de roupas, o estudo incentiva novas investigações nesse campo, oferecendo subsídios que podem servir de base para futuras pesquisas. Além disso, evidenciamos, neste trabalho, a relevância da pauta da acessibilidade na moda inclusiva, destacando a necessidade de ampliar o debate sobre o acesso às representações visuais do vestuário por pessoas com deficiência visual, apontando caminhos para o desenvolvimento de novas abordagens e práticas inclusivas.

Em relação às limitações da pesquisa, a principal delas refere-se à abrangência dos resultados, devido à necessidade de estabelecer um recorte para a proposta. Optamos por concentrar o estudo na audiodescrição de peças de vestuário em lojas on-line, restringindo as conclusões a esse contexto. Assim, reconhecemos que a audiodescrição de roupas em outros contextos, como desfiles, revistas de moda ou mídias sociais, demanda abordagens diferentes.

Outra limitação está relacionada à participação de pessoas com deficiência visual. Inicialmente, planejamos aplicar um questionário para alcançar um número maior de participantes, mas tivemos dificuldade em obter respostas, mesmo com tentativas de contato

com instituições parceiras. Diante desse cenário, optamos por realizar consultas por videochamada ou ligações telefônicas com amostragem em “bola de neve”, estratégia que se mostrou eficaz para a localização de participantes, mas que resultou em um grupo reduzido, limitando a amplitude dos resultados. No grupo focal, por exemplo, foram contatadas dez pessoas, mas somente quatro puderam participar. Reconhecemos que pesquisas futuras poderão empregar técnicas de coleta de dados mais amplas, para alcançar um número maior e mais diverso de participantes.

Por fim, ressaltamos que este trabalho representa o início de um percurso de investigação sobre a relação entre audiodescrição e moda. Assim, pretendemos ampliar os parâmetros propostos para além do contexto das lojas on-line de vestuário, explorando outros âmbitos de aplicação da audiodescrição no campo da moda, como desfiles, revistas especializadas, produções audiovisuais e mídias sociais. Essa ampliação permitirá abordar o vestuário sob uma perspectiva estética, simbólica e cultural atrelada ao universo da moda. Assim, pretendemos dar continuidade ao projeto, em nível de Doutorado, para que possamos aprofundar as discussões teóricas, ampliar o número de participantes e desenvolver parâmetros mais abrangentes sobre a audiodescrição aplicada à moda.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Perfil do setor – dados gerais do setor**. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 11 jul. 2025.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 16452: **Acessibilidade na comunicação - Audiodescrição**. Rio de Janeiro, 2016.

BARTHES, R. **The fashion system**. Tradução: Matthew Ward; Richard Howrd Berkeley: University of California Press, 1990.

BONONI, J.; DOMICIANO, C. L. C. 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: 27 out. 2024.

BERNARDES, T. E. M.; OLIVEIRA, G. F.; MACIEL, S. Protótipo de oficina de capacitação em acessibilidade visual em mídias sociais digitais. Ámbitos. **Revista Internacional de Comunicación**, [S. l.], n. 65, p. 72–89, 2024. DOI: 10.12795/Ambitos.2024.i65.04. Disponível em: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/25523>. Acesso em: 9 jul. 2025.

BRAGA, J. **História da moda**: uma narrativa. São Paulo: D'Livros Editora, 2022.

BIGDATACORP; WEB PARA TODOS. **Acessibilidade Em Sites Brasileiros**. Brasil, 2024. Disponível em: < <https://public.flourish.studio/story/2416878/> >. Acesso em: 23 fev. 2025.

BRASIL, Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009. Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007. **Diário Oficial da União**: Brasília, DF, 25 de ago. 2009. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm. Acesso em: 06 out. 2025.

BRASIL, Lei no 13.146, de 06 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 06 jul. de 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 7 jul. 2024.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm. Acesso em: 7 jul. 2024.

BRASIL. Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 20 dez. 2000. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/110098.htm. Acesso em: 7 jul. 2024.

BRASIL. Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012. Institui a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista; e altera o § 3º do art. 98 da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 28 dez. 2012. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112764.htm. Acesso em 23 out. 2025.

BRAUN, S.; STARR, K. Comparing human and automated approaches to visual storytelling. In: BRAUN, Sabine; STARR, Kim. **Innovation in audio description research**. [S.l.]: Routledge, 2020. p. 159-196.

C&A. Disponível em: <https://www.cea.com.br/>. Acesso em: 19 jul. 2025.

CAMPBELL, F. K. Inciting Legal Fictions: Disability's Date with Ontology and the Ableist Body of the Law. **Griffith Law Review**, London, v. 10, n. 1, p. 42-62, 2001.

CARDOSO, E.; LIMÃO, I. P.; SILVA, F. P. Museu virtual da indumentária gaúcha: a audiodescrição como ferramenta de acessibilidade. **Inclusão Social**, [S.l.], v. 17, n. 1, 2023.

CARMO, B. V.; OLIVEIRA, G. F.; MACIEL, S. Relações entre tecnologia e capacitismo: uma análise da Tecnologia Assistiva a partir das contribuições da dimensão social da tecnologia de Álvaro Vieira Pinto. In: LEITE, Flávia P. A (org.). **Discriminações e vulnerabilidades: diálogos no contexto da pessoa com deficiência e da pessoa idosa**, p. 221-250. Bauru - SP: Flávia Piva Almeida Leite, 2024. DOI 10.29327/54426852024. Disponível em: <https://publicacoes.even3.com.br/book/discriminacoes-e-vulnerabilidades-dialogos-no-contexto-da-pessoa-com-deficiencia-e-da-pessoa-idosa-4426855>. Acesso em: 9 jul. 2025.

CRANE, D. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

DÁVILA-MONTES, José; ORERO, Pilar. Audio description washes brighter? A study in brand names and advertising. In: MATAMALA, Anna, ORERO, Pilar. **Researching audio description**: New approaches, [S.l.], p. 123–142, 2016.

SANTOS, A. C. R.; DE HELD, M. S. B. Moda e a teoria da complexidade de Edgar Morin. **Projetica**, Londrina, v. 9, n. 2, p. 55-68, 2018.

EMILIANI, P. L. Perspectives on accessibility: From assistive technologies to universal access and design for all. In C. Stephanidis (org), **The universal access handbook**, pp. 2.1-2.18, Boca Raton, FL: CRC Press, 2009.

FASHIONARY. **Fashionpedia**: The visual dictionary of fashion design. Hong Kong: FASHIONARY, 2017.

FLORES, P. B. **A moda inclusiva em canais do youtube para pessoas com deficiência sensorial**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2019.

FRYER, L. **An introduction to audio description**: A practical guide. London: Routledge, 2016.

FRYER, L. Introducing a social model of media accessibility. In IAMCR 2021 Conference – Rethinking borders and boundaries: Beyond the global/local dichotomy in communication studies **Anais [...]**, Nairobi, Quênia, 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3 ed. São Paulo: Editora Atlas SA, 2002.

GRECO, G. M.; JANKOWSKA, A. Media accessibility within and beyond audiovisual translation. In: BOGUCKI, Łukasz; DECKERT, Mikołaj. **The Palgrave handbook of audiovisual translation and media accessibility**, p. 57-81, Palgrave Macmillan Cham, Londres: 2020.

GRECO, G. M.; Romero-Fresco, P. Universalist, user-centred, and proactive approaches in media accessibility: The way forward. **The Journal of Specialised Translation**, [S.l.] v. 39, p. 3-10, 2023.

GRECO, G. M. *et al.* Universalist, user-centred, and proactive approaches in media accessibility: The way forward. **The Journal of Specialised Translation**, v. 39, p. 3-10, 2023.

GRECO, G. M. The nature of accessibility studies. **Journal of Audiovisual Translation**, v. 1, n. 1, p. 205–232, 2018.

HANCOCK, J. H. **Fashion brand stories**. 3 ed. Bloomsbury Publishing, Londres: 2022.

HASEBRINK, U.; DOMEYER, H. Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. **Participations**, [S.l.], v. 9, n. 2, p. 757–779, 2012.

HASEBRINK, U.; POPP, J. Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. **Communications** v. 31, n. 3, p. 369–387, 2006.

IBGE. Sistema IBGE de Recuperação Automática [SIDRA]. **Censo Demográfico 2022**. [S.l.], 2025. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-demografico/demografico-2022/amostra-pessoas-com-deficiencia-e-espectro-autista>. Acesso em: 09 jun. 2025.

JANKOWSKA, A. Audiovisual media accessibility. In: ANGELONE, Erik *et al.* **The Bloomsbury companion to language industry studies**, p. 231-259, Londres: 2019.

LAURENTIZ, S. Mídia e realidade. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, v. 1, n. 2, p 307-324, 2013. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002654924.pdf>. Acesso em: 10 out. 2025.

LIMA JÚNIOR, G. C. A inclusão da pessoa com deficiência visual no ensino superior: Design de Moda e o Método SEE BEYOND. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 029-056, 2018.

LIMA MARTINS, F. C. C.; TEIXEIRA, M. F. F. M.; FILGUEIRAS, A. P. A. Discussões sobre Moda inclusiva em Fortaleza-Ceará. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 080-095, 2019.

LOJAS RENNER. Disponível em: <https://www.lojasrenner.com.br>. Acesso em: 05 mai. 2025.

MACHADO, I. P. R. **A parte invisível do olhar**: audiodescrição no cinema: a constituição das imagens por meio das palavras-uma possibilidade de educação visual para a pessoa com deficiência visual no cinema. 2015. Tese (Doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas: 2015.

MACIEL, S.; CARUSO, F. N. O. Audiodescrição de personagens como recurso de acessibilidade à telenovela brasileira. In: VILLELA, L. M. (Org.). **Acessibilidade audiovisual**: produção inclusiva nos contextos acadêmicos, culturais e nas plataformas web. Bauru: Canal6 Editora, 2017, p. 113-126.

MAGALHÃES, G. M. *et al.* Oficinas de recursos de acessibilidade em redes sociais digitais: comunicação em prol da inclusão de pessoas com deficiência visual. **Cambiassu**: Estudos em Comunicação, São Luís – MA, v. 19, n. 33, p. 221–241, 1 Jul 2024 Disponível em: <https://cajapio.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/23900>. Acesso em: 9 jul. 2025.

MANOVICH, L. The aesthetic society: Instagram as a life form. In: MÖRTENBÖCK, Peter; MOOSHAMMER, Helge. **Data Publics**: Public Plurality in an Era of Data Determinacy. Londres: Routledge, v. 2, p. 19, 2020.

MARIE CLAIRE BRASIL. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/>. Acesso em: 19 jul. 2025.

MARQUES, S. *Instagram: perfil pessoal*. Disponível em: <https://www.instagram.com/tephmarques/>. Acesso em: 19 jul. 2025.

MARWICK, A. E. Instafame: Luxury selfies in the attention economy. **Public Culture**, Nova York, v. 27, n. 1, p. 137–160, 2015. Disponível em: https://depthome.brooklyn.cuny.edu/oer/tvra/032_Marwick_InstafameLuxurySelfies.pdf. Acesso em 10 ago. 2024.

Matamala, A.; Orero, P. Designing a Course on Audio Description and Defining the Main Competences of the Future Professional1. **Linguistica Antverpiensia**, New Series – Themes in Translation Studies.6 ed, 329-344 p. Barcelona, 2007. Disponível em: <https://portalrecerca.uab.cat/en/publications/designing-a-course-on-audio-description-and-defining-the-main-com/> Acesso em: 30 out. 2024.

MATAMALA, A. Qualitative research methods in Media Accessibility: Focus groups and interviews. **LEAD ME Summer Training School (Warsaw 2021)**, 2021. Disponível em: https://ddd.uab.cat/pub/presentacions/2021/248162/AnnaMatamala_2021-07-08_LEAD-MESummerSchool.pdf. Acesso em: 20 ago. 2025.

MATAMALA, A. *et al.* Learning audio description: Training resources for future academics and professionals. **Cultus**: The Journal of Intercultural Mediation and Communication, [S.l.], v. 12, p. 106-128, 2019.

MATAMALA, A.; ORERO, P. Standardising audio description. **Italian Journal of Special Education for Inclusion**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 149-155, 2013.

MATAMALA, A.; ORERO, P.. Audio description and social acceptability. **Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione**, v. 19, p. 7-12, 2017.

MAZUR, I. Audio description: Concepts, theories and research approaches. In: BOGUCKI, Łukasz; DECKERT, Mikołaj. **The Palgrave handbook of audiovisual translation and media accessibility**, Palgrave Macmillan Cham, [S.l.], p. 227–247, 2020.

MEYER-PFLUG, S. R.; LEITE, F. P. A. Tratados de Direitos Humanos após a Emenda à Constituição nº 45/2004: A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência. **Conpedi Law Review**, Florianópolis, Brasil, v. 1, n. 4, p. 225–241, 2023. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/conpedireview/article/view/3426>. Acesso em: 10 jun. 2025.

MINDMINERS. Moda e inclusão 2022. [S.l.], 2022. Disponível em: <https://content.mindminers.com/moda-inclusao>. Acesso em: 11 jul. 2025.

NAVES, S. B. *et al.* Guia para produções audiovisuais acessíveis. **Brasília: Ministério da Cultura**, 2016.

OLIVEIRA, D. V. *et al.* Aspectos inclusivos da moda com foco nas pessoas com deficiência visual. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, p. 116–139, 2015. DOI: 10.5965/1982615x09012015116. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/6719>. Acesso em: 26 out. 2025.

OLIVEIRA, G. F. Práticas inclusivas para pessoas com deficiência visual na Comunicação Organizacional em redes sociais: o uso de hashtags de descrição de imagens. In: **CONTENTCOM – V Encontro de Comunicação e Marketing**, 2021, on-line. Anais do ContentCom – V Encontro de Comunicação e Marketing, 2021. Disponível em: <https://even3.blob.core.windows.net/download/AnaisContent20212.3958b8c3f7a442bc8fd8.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2025.

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. DOI: 10.26563/dobras.i35.1459. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1459>. Acesso em: 4 jun. 2024.

PARSONS, A. **What's my style**: create a look and build a wardrobe using the Universal Style System. Saratoga, CA: AMP Publishers, 1995.

PATERSON, I. **A dictionary of colour**: a lexicon of the language of colour. Londres: Thorogood Publishing, 2003.

PEREIRA, C. M. O Vestuário e a Moda: e suas principais correntes teóricas. **ModaPalavra e-periódico**, n. 15, p. 202-221, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051496010.pdf>. Acesso em: 02 out. 2025.

PEREZ, I. U.; MARTINS, S. B. A abordagem da deficiência no design de moda: revisão integrativa em artigos de periódicos brasileiros. **dObra[s] — Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 42, p. 181–202, 2024. DOI: 10.26563/dobras.i42.1844. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1844>. Acesso em: 9 jan. 2025.

PEZZOLO, D. B. **Tecidos**: história, tramas, tipos e usos. São Paulo: Editora Senac, 2021.

PICKEN, M. B. **A dictionary of costume and fashion**: Historic and modern. Nova York: Dover Publications, Inc., 1999.

POLLINI, D. **Breve história da moda**. São Paulo: Editora Nova Alexandria, 2006.

REVILLARD, A. Realizing the right to access in France: between implementation and activation. **Law & Society Review**, Cambridge, v. 53, n. 4, p. 950-982, 2019.

ROCHA, D. *et al.* Using object detection technology to identify defects in clothing for blind people. **Sensors**, [S. l.], v. 23, n. 9, p. 4381, 2023.

ROMERO-FRESCO, P. Accessible Filmmaking. In: Bogucki, Ł., Deckert, M. (org), **The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility**, Palgrave Macmillan, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-030-42105-2_27. Acesso em: 31 out. 2024.

SANTAELLA, L. **A moda é sintoma da cultura?**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2023.

SÃO PAULO. Secretaria De Estado Dos Direitos Da Pessoa Com Deficiência De São Paulo. **Moda Inclusiva**: Design para todos. 2025. Disponível em: <https://www.pessoacomdeficiencia.sp.gov.br/moda-inclusiva/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

SÃO PAULO. Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência. **SEDPcD abre inscrições para o Concurso Moda Inclusiva Edição 2024**. São Paulo: 2024. Disponível em:

<https://www.pessoacomdeficiencia.sp.gov.br/sedpcd-abre-inscricoes-para-o-concurso-moda-inclusiva-edicao-2024/>. Acesso em: 05 jan. 2025.

SÃO PAULO. Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência. **Concurso Moda Inclusiva da SEDPCD tem inscrições prorrogadas para maio**. 2025. Disponível em: <https://www.pessoacomdeficiencia.sp.gov.br/concurso-moda-inclusiva-da-sedpcd-tem-inscricoes-prorrogadas-para-maio/>. Acesso em: 9 jul. 2025.

SARDENBERG, T.; MAIA, H. Tecnologia da informação e comunicação e tecnologia assistiva: aproximações e distanciamentos. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, p. 3072-3085, 2021.

SASSAKI, R. K. Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (Reação)**, São Paulo, Ano XII, mar./abr. 2009, p. 10-16.

SASSAKI, R. K. Inclusão: o paradigma do século 21. **Revista Inclusão**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 19-23, 2005.

SCHNEIDER, J. *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**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 1, p. 65-85, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3hkKygf>. Acesso em: 9 jan. 2025.

SHEIN. Disponível em: <https://br.shein.com/>. Acesso em: 19 jul. 2025.

SILVA, M.; BARROS, A. Formação de audiodescritores consultores: inclusão e acessibilidade de ponta a ponta. **FAEEBA – Ed. e Contemp.**, Salvador, v. 26, n. 50, p. 159-170, 2017.

SNYDER, J. **The visual made verbal**: A comprehensive training manual and guide to the history and applications of audio description. 2 ed, San Diego, CA: Æ Academic Publishing, 2020.

SOUSA, J. O. *et al.* Acessibilidade no varejo de moda: entraves e possibilidades no atendimento aos consumidores cegos. **Revista Poliedro**, Pelotas, v. 6, n. 8, p. 055–073, 2022.

SOUSA, J. O. *et al.* Design inclusivo: recursos assistivos para um modelo de camisa social para pessoa com deficiência visual. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 7, n. 3, p. 1–24, 2023. Disponível em:

<https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/23880>. Acesso em: 27 out. 2025.

SOUSA, P. A. N. A. **Moda inclusiva**: estudo e desenvolvimento de etiquetas de roupas para pessoas com deficiência visual. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Graduação em Design) - Universidade Federal do Maranhão, Bacanga, 2023.

SOUZA, I B. M. *et al.* Sensorial merchandising: um experimento no varejo de moda para inclusão de consumidores cegos. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 126–148, 2019.

SOUZA, T. C. V.; RIBEIRO, R. Moda, consumo e tendências: como a televisão e os influenciadores digitais instigam a moda no Brasil. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 14, n. 33, p. 108–131, 2021.

STARR, K.; BRAUN, S. Audio description 2.0: Re-versioning audiovisual accessibility to assist emotion recognition. In: BRAUN, Sabine; STARR, Kim. **Innovation in audio description research**. Routledge, 2020. p. 97–120.

SVENDSEN, L. **Fashion**: A philosophy. Londres: Reaktion Books, 2006.

TEIXEIRA, J. P. M. **O utilizador com incapacidade visual e o processo de compra de produtos de moda**: estratégias que visam o aumento da autonomia. 2022. Dissertação (Mestrado) — Universidade do Minho, Minho, 2022.

TURCATTO, A. S.; SILVEIRA, I. Estampa tátil: etiquetas de identificação das estampas e cores de peças de vestuário para deficientes visuais. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 14, n. 32, p. 181–205, 2021.

TURCATTO, A. S.; *et al.* A acessibilidade dos deficientes visuais com o vestuário por meio das etiquetas têxteis. **Projetica**, Londrina, v. 11, n. 1supl, p. 195–218, 2020. DOI: 10.5433/2236-2207.2020v11n1supl195. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/36046>. Acesso em: 26 out. 2024

UDO, J. P.; FELS, D. I. Re-fashioning fashion: An exploratory study of a live audio-described fashion show. **Universal Access in the Information Society**, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 63-75, 2010.

Weidlich, M. T. de M. **A Informação De Moda Da Revista Vogue Na Rede Social Instagram**: Um Estudo Sobre Novos Modelos De Produção E Difusão De Conteúdos De

Moda Sob O Viés Da Convergência Midiática E Da Cultura Participativa. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica - Porto Alegre, 2014.

WORLD WIDE WEB [W3C]. **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2**. 2023, 05 out. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>. Acesso em 30 abr. 2025.

APÊNDICE A - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

BLOCO 1 - CONSUMO DE VESTUÁRIO

1. Qual é o seu nível de interesse sobre o tema?
2. Com qual frequência você compra itens de moda — como roupas, sapatos, acessórios (bolsas, cintos, joias/bijuterias, entre outros)?
3. Qual é a importância de buscar informações sobre os itens de moda, antes de uma compra?
4. Quais meios você usa com maior frequência para fazer suas compras de itens de moda?
5. Normalmente, quando você compra itens de moda em meios digitais (mídias sociais, lojas online, marketplaces etc.), você está sozinho ou acompanhado?
6. Normalmente, quando você compra itens de moda em lojas físicas, você está sozinho ou acompanhado?

BLOCO 2 - CONSUMO DE INFORMAÇÃO SOBRE VESTUÁRIO

7. Com que frequência você consome informações sobre moda?
8. Quais os tipos de informação normalmente você busca sobre moda?
9. Onde você normalmente costuma consumir informação sobre moda?
10. Cite uma ou mais publicações, marcas e/ou personalidades da mídia que você costuma consumir para se informar sobre moda.

BLOCO 3 - PERCEPÇÃO SOBRE ACESSIBILIDADE

11. Qual é o seu grau de satisfação quanto à acessibilidade das publicações, marcas e/ou conteúdos de personalidades da mídia que você costuma consumir para se informar sobre moda?
12. Tendo em vista os canais que podem ser utilizados para se informar sobre moda, cite um ou mais recursos de acessibilidade que você considera importantes.
13. Tendo em vista os canais que podem ser utilizados para se informar sobre moda, cite um ou mais problemas de acessibilidade.

APÊNDICE B - PLANEJAMENTO DO GRUPO FOCAL

Objetivo: avaliar os protótipos de AD de peças de roupa, obter recomendações para melhorar as descrições.

Participantes: entre 4 e 6 pessoas com deficiência visual que já participaram da etapa de entrevistas.

Processo de Recrutamento: por meio de mensagens por WhatsApp. Contatos do conhecimento da pesquisadora e que colaboram com o laboratório Biblioteca Falada, selecionados pela técnica de bola de neve. Todos os participantes do grupo focal também foram consultados nas entrevistas iniciais.

Cronograma:

Envio de convites e agendamentos	22 a 23 de setembro
Elaboração do roteiro	24 de setembro
Validação do roteiro	25 de setembro
Aplicação do grupo focal	03 de outubro

Local: Google Meet

Idioma: português

Materiais: formulário de consentimento; roteiro; acesso à smartphone/computador e internet;

Trabalho Preparatório: protótipos de descrição.

Líder do Grupo Focal: Barbara Viotto do Carmo

Assistente 1: Elen Marra

Assistente 2: Isabelle Corrêa

APÊNDICE C - PERGUNTAS NORTEADORAS DO GRUPO FOCAL

BLOCO 1

1. Que localização vocês consideram mais adequada para a inserção da audiodescrição de vestuário/roupas? Exemplo: no corpo do texto, em áudio gravado, somente no texto alternativo ou em outros formatos? Consideram adequado mais de um formato também?
2. Qual seria um tamanho adequado de audiodescrição de roupas? Por peça ou pelo conjunto todo
3. O que vocês avaliam ser imprescindível incluir nas audiodescrições? o que seria descartável, a depender da extensão da audiodescrição?
4. Que informações vocês consideram indispensáveis para compreender bem uma peça de roupa descrita?
5. O que acham do emprego de termos técnicos na audiodescrição, como tipos de tecido, corte, formatos?

BLOCO 2

6. O que vocês acharam das audiodescrições dos protótipos? Como foi a construção da ideia da peça, a partir da audiodescrição?
7. O que vocês acharam da quantidade de informações apresentadas nas audiodescrições nos protótipos?
8. Como vocês avaliam a ordem na qual as informações foram apresentadas nos protótipos?
9. Qual seria a ordem mais adequada para apresentar as informações sobre uma peça de roupa?
10. Quais informações poderiam ser retiradas nos protótipos? E quais outras informações consideram que poderiam ser adicionadas?

PERFIL DO PARTICIPANTES

1. Gênero, faixa etária;
2. Ocupação;
3. Deficiência;
4. Experiência com AD;

APÊNDICE D - FICHAS DE OBSERVAÇÃO DO GRUPO FOCAL

Responsável						
Identificação	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Etapas 1						
Que localização vocês consideram mais adequada para a inserção da audiodescrição de vestuário/roupas?						
Que informações vocês consideram indispensáveis para compreender bem uma peça de roupa descrita?						
Comentários notáveis						
Novas discussões						
Profundidade da interação (0 a 5)						
Quem liderou a rodada?						
Quem menos falou?						
Etapas 2						
O que vocês acharam das audiodescrições dos protótipos?						
Quais informações poderiam ser retiradas nos protótipos? E quais outras informações consideram que poderiam ser adicionadas?						
Comentários notáveis						
Novas discussões						
Profundidade da interação (0 a 5)						
Quem liderou a rodada?						
Quem menos falou?						

APÊNDICE E - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você foi convidado(a) a participar, de forma voluntária, desta pesquisa de mestrado. Antes de decidir, é importante ler com atenção as informações abaixo. Caso tenha dúvidas, poderá solicitar esclarecimentos à pesquisadora responsável a qualquer momento.

Objetivo da pesquisa

O estudo busca compreender como a **acessibilidade midiática no contexto do vestuário**, avaliando a clareza, eficiência e potencial de diferentes formatos de **audiodescrição** de roupas em conteúdos midiáticos.

Procedimentos da pesquisa

Sua participação consistirá em:

- **Entrevista individual e/ou participação em grupo focal** remotos (online), em que discutiremos experiências, percepções e sugestões sobre audiodescrição aplicada a peças de vestuário.
- A atividade tem duração aproximada de **60 a 90 minutos**.
- As falas poderão ser gravadas em áudio (e, se aplicável, em vídeo) para posterior transcrição e análise.

Riscos e desconfortos

Não há riscos físicos envolvidos. Existe a possibilidade de desconforto durante a exposição de opiniões, mas você tem total liberdade para interromper sua participação a qualquer momento, sem prejuízo algum.

Benefícios esperados

Sua colaboração contribuirá para o desenvolvimento de práticas de **audiodescrição no campo da moda**, ampliando a inclusão de pessoas com deficiência visual em conteúdos midiáticos sobre vestuário.

Garantia de sigilo e anonimato

Todas as informações coletadas serão utilizadas **exclusivamente para fins acadêmicos**. Os dados serão tratados de maneira confidencial e sua identidade será preservada em todas as publicações e relatórios resultantes da pesquisa.

Direito de recusa ou desistência

Sua participação é **inteiramente voluntária**. Você poderá se recusar a participar ou desistir a qualquer momento, sem necessidade de justificativa e sem qualquer prejuízo pessoal.

Esclarecimentos

Em caso de dúvidas ou necessidade de mais informações, você poderá entrar em contato com a pesquisadora responsável:

- **Nome:** Barbara Viotto do Carmo
- **E-mail:** barbara.viotto@unesp.br
- **Telefone:** 19 9 8217-5208

Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia – UNESP/Bauru

Declaração de Consentimento

Após ter lido e compreendido as informações acima, declaro que:

- Fui informado(a) sobre os objetivos e procedimentos da pesquisa.
- Estou ciente de que minha participação é voluntária e que posso desistir a qualquer momento.
- Autorizo a utilização das informações fornecidas, garantindo a preservação do meu anonimato.

Assinatura do (a) participante:

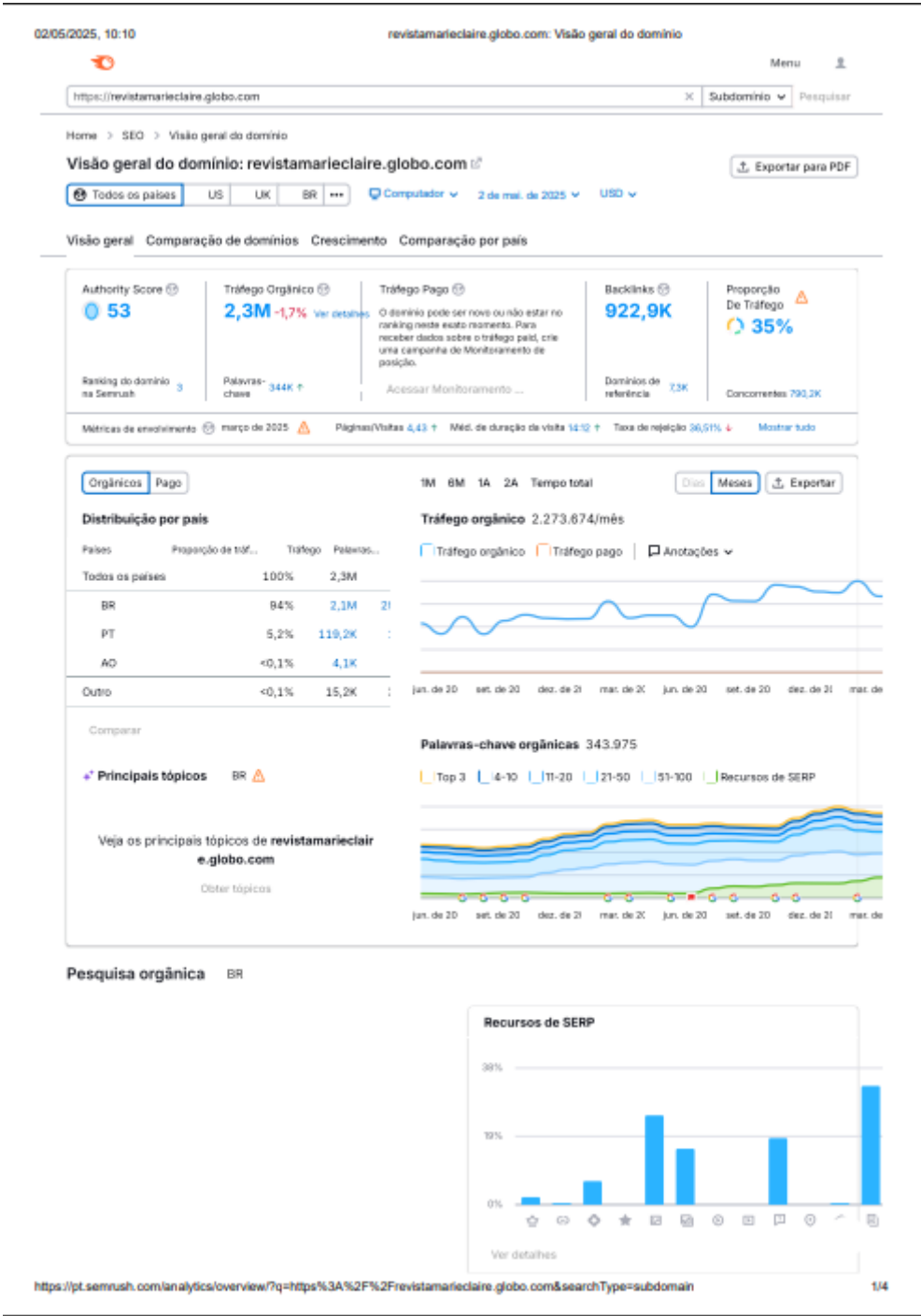
Nome completo:

Assinatura da pesquisadora responsável:

APÊNDICE F - INFLUENCIADORES CONSIDERADOS

Nome	Perfil	Descrição	Conteúdo Moda Acessível	Público
Paola Antonini	@paola_antonini	Modelo e influenciadora com amputação, foca em estilo de vida ativo e autoaceitação.	Não	2.7 mi
Lellê Martins	@blogueirapcd	Blogueira com nanismo, aborda moda, beleza e autoestima com atitude.	Não	42 mil
Lorrayne Carolyne	@lorrayne_carolyne	Influenciadora com osteogênese imperfeita, compartilha beleza e moda.	Não	914 mil
Stephanie Marques	@stephaniemarquesreal	Influenciadora com nanismo, cria conteúdo sobre autocuidado e moda.	Sim	331 mil
Rebeca Costa	@looklittle	Advogada e influenciadora com nanismo, focada em moda inclusiva.	Não	100 mil
Maju de Araújo	@majudearaujo	Modelo com síndrome de Down, inspira em passarelas e campanhas.	Não	1 mi
Amanda Mangili	@amandamangili	Influenciadora com paralisia cerebral, compartilha moda e maquiagem.	Não	300 mil
Marina Melo	@marimeloabreu	Influenciadora com fraqueza muscular, foca em beleza e acessibilidade.	Não	258 mil
Sarah Santos	@eusarahsantos	Jornalista e influenciadora com focomelia, ativista pela acessibilidade.	Não	110 mil

ANEXO A - TRÁFEGO DA HOMEPAGE - MARIE CLAIRE



ANEXO B - TRÁFEGO CADERNO DE MODA - MARIE CLAIRE

