

PESSOAS COM NANISMO: UM ESTUDO SOBRE O VAREJO DE VESTUÁRIO NO CALÇADÃO DE JARAGUÁ DO SUL

ANDRADE, Ellen Karine Bilibio de
GRUNER, Julia Gabriélly
FEDER, Pedro Henrique
PRETO, Sabryna Maiara

RESUMO

O nanismo é uma condição na qual a estatura de um indivíduo é afetada, seja por problemas hereditários ou hormonais, fazendo com que o público com nanismo não desenvolva a mesma estrutura física como a maioria, sendo observável a dificuldade desse público de encontrar vestimentas apropriadas. Com isso em mente, este trabalho expõe um estudo, com abordagem qualitativa, que teve como objetivo analisar se no calçadão da cidade de Jaraguá do Sul existem lojas físicas que oferecem roupas específicas para o público com nanismo. Para cumprir este objetivo, o grupo de pesquisa utilizou uma metodologia com a qual foi aplicado um questionário para os lojistas, e, feita uma análise das respostas. A partir dos dados obtidos, foi possível averiguar a disponibilidade de vestimentas apropriadas para o público com nanismo no Calçadão de Jaraguá do Sul, SC.

Palavras Chave: Nanismo. Inclusão. Modelagem.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente um dos assuntos mais abordados pela sociedade é a inclusão, que visa combater a exclusão dos benefícios básicos da vida, que são provocados pela diferença de classe social, gênero, educação, raça, religião e deficiências. Trazendo consigo a capacidade de reconhecer e entender o próximo. Tendo isso em mente neste artigo é exposto sobre um estudo com foco no varejo de vestuário no calçadão de Jaraguá do Sul e no seu atendimento ao público com nanismo, na intenção de ir além e buscar entender se na cidade de Jaraguá do Sul existem no Calçadão, lojas físicas que oferecem roupas específicas para esse público.

Quando falamos de pessoas com nanismo e a sua relação com suas roupas, é observável a dificuldade desse público de encontrar vestimentas apropriadas, pois geralmente lojas ou empresas da área do vestuário seguem uma tabela de medidas “padrão” o que acaba resultando em uma maior dificuldade para encontrar vestimentas que não se adequem apenas ao seu tipo de corpo, mas também a seu biotipo. É possível observar uma dificuldade em encontrar trajes adaptados, tanto em lojas físicas, quanto em sites. Com isso, questionamos: no Calçadão de Jaraguá do Sul, há lojas físicas que oferecem peças de roupa específicas para o público com nanismo?

Apesar de não ser um assunto novo, ainda é pouco comentado, por isso precisamos ter em mente que o nanismo pode ser tanto uma condição médica quanto genética, onde é caracterizado como uma deficiência no crescimento, em que a pessoa passa a ter uma baixa estatura, pernas e braços curtos, macrocefalia¹, mãos pequenas e mobilidade comprometida nas articulações.

Ao analisar essas informações, podemos perceber que o público com nanismo não desenvolve a mesma estrutura física como a maioria, portanto, o planejamento para essas vestimentas precisaria ser adaptado para atender as necessidades desse grupo. E partindo desse pressuposto, um grupo de estudantes da quinta fase do Curso Técnico Integrado em Modelagem do Vestuário do IFSC - Centro Jaraguá do Sul resolveram analisar mais informações, pois tais fatores

¹ macrocefalia é o aumento patológico do volume da cabeça.

mostram o quão relevante pode ser a moda inclusiva para todos. Com base nisso, escolheu-se esse tema, a fim de analisar se há roupas específicas para o público com nanismo nas lojas do calçadão da cidade de Jaraguá do Sul (SC).

A presente pesquisa de campo foi elaborada através de uma análise qualitativa com caráter exploratório, aplicada nas lojas físicas localizadas no Calçadão de Jaraguá do Sul. O estudo foi encaminhado por meio das seguintes hipóteses: As lojas físicas oferecem poucas opções de peças de roupa para esse público; O comércio de Jaraguá do Sul procura entender o público e as suas necessidades; Há uma exclusão por parte do comércio de Jaraguá do Sul de peças de roupa para o público com nanismo.

Prosseguindo a pesquisa, foi elaborado uma análise onde predispomos os subseqüentes objetivos específicos: Pesquisar sobre as características físicas do público com nanismo; Verificar a disponibilidade de vestimentas apropriadas para o público com nanismo no Calçadão de Jaraguá do Sul, SC; Verificar se os lojistas e vendedores já fizeram parte de alguma capacitação específica sobre como lidar com pessoas com nanismo.

Os resultados foram obtidos através de uma pesquisa em forma de entrevista com foco no modo qualitativo, onde foi possível analisar e ligar as respostas obtidas com nossas hipóteses levantadas durante a pesquisa. No geral, podemos dizer que os lojistas entrevistados não oferecem peças de roupas diretamente ao público com nanismo, mas oferecem serviços de ajuste de barra. Além de que eles não possuem conhecimento em relação às características e os desafios que esse público enfrenta.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 NANISMO

O nanismo é caracterizado por ser uma deficiência em que o crescimento dos indivíduos ocorre de forma anormal quando comparado a média dos indivíduos da mesma idade e sexo. Mais de 200 condições diferentes podem alterar o desenvolvimento no crescimento de um indivíduo, sendo as mais frequentes, o nanismo, que pode ser classificado em dois tipos, sendo eles acondroplasia e nanismo hipofisário ou pituitário (VARELLA, 2021).

Veremos suas características nos tópicos seguintes.

2.1.1 Acondroplasia

Também chamado de nanismo desproporcional, o termo “acondroplasia” é de origem grega, tem como significado “privação (a) da formação (*plásis*) de cartilagem (*chóndros*)”, sendo o tipo mais comum de nanismo entre humanos. A acondroplasia tem grande influência da genética, decorrente da herança autossômica, portanto, sexo feminino e sexo masculino podem ser afetados (COUTO, 2017).

O transtorno que se manifesta no crescimento através da alteração da ossificação endocondral, uma peça da cartilagem hialina (a cartilagem mais abundante no corpo humano), que se caracteriza por ser um osso a ser formado. O nanismo sucede pelo acelerado processo de ossificação da cartilagem, ocasionando braços e pernas curtas, cabeça grande e mãos pequenas (BRUNA; 2023) e (COUTO, 2017).

De acordo com Frade, Oliveira e Jesus (2012, p. 302), “este tipo de transtorno acomete um recém-nascido em cada oito a dez mil nascimentos, embora o defeito genético tenha caráter autossômico dominante, cerca de 85% dos casos resultam de novas mutações.” Muitos pais e pediatras não percebem logo no início a alteração genética se formando no decorrer da gestação, afinal crianças sem este tipo de transtorno também podem apresentar membros mais curtos. A seguir, abordam-se os tipos de acondroplasia.

2.1.2. Hipofisário ou pituitário

Também conhecido por nanismo proporcional (tamanho dos órgãos proporcionais ao corpo), o nanismo pituitário é decorrente da alteração metabólica e hormonal na hipófise, uma estrutura situada em uma cavidade óssea na base do cérebro. Sua função é secretar hormônios que regulam o crescimento de um indivíduo, quando há essa mudança na hipófise, o crescimento é afetado (BRUNA; 2023).

De acordo com Parisi; Silva; Oliveira; Araújo (2023), para o tratamento desse tipo de nanismo, há a possibilidade de medicamentos de hormônios do crescimento, tendo grande eficácia.

2.2. DIAGNÓSTICO

Tendo em vista o que são os dois mais relevantes tipos de nanismo, temos diferentes formas de diagnosticá-los, sendo exposto logo a baixo.

O diagnóstico de nanismo tipo acondroplasia é realizado através de exames clínicos (como ultrassom, por exemplo) até mesmo durante a gestação, por meio deles, obtêm-se resultados de radiografias do esqueleto (BRUNA; 2023).

A condição pode passar despercebida quando falamos de recém nascidos, isso porque a acondroplasia se torna observável conforme o crescimento do indivíduo, através da percepção de membros curtos e da desproporção entre o tronco e os membros. Mas o diagnóstico de acondroplasia pode facilmente ser obtido no período neonatal (até os 28 primeiros dias de vida), através de um pediatra com conhecimento a respeito de exames clínicos e radiológicos. Essa confirmação se dá por meio da biologia molecular, quando se observa a mutação no gene referente ao receptor do FGFR3, uma informação de difícil acesso em clínicas diárias (FRADE; OLIVEIRA; JESUS, 2012).

Frade, Oliveira e Jesus (2012) ainda pontuam que:

Confirmando-se a mutação no receptor do FGFR3, é possível se compreender o efeito da mutação, que resulta no total desalinhamento das células da zona proliferativa, com o conseqüente crescimento longitudinal anormal dos ossos tubulares.

Quanto antes é estabelecido um diagnóstico diferencial de acondroplasia em relação a outros tipos de nanismo, melhor será o acompanhamento clínico. Ou seja, cada indivíduo recebe um tipo de tratamento de acordo com a sua especificidade de acondroplasia (BRUNA; 2023).

Considerando o que vimos até aqui sobre nanismo hipofisário, trata-se de uma modificação na hipófise (glândula no interior do cérebro), responsável pela liberação de certos hormônios, entre eles, o hormônio do crescimento.

Calabria (2022) diz que dentre as diferentes formas de diagnosticar o nanismo pituitário ou hipofisário, os método de diagnóstico por avaliação auxológica (avaliação do crescimento) consiste em observar os dados de peso e altura através da criação de um gráfico de crescimento.

2.3. A EXCLUSÃO DO PÚBLICO COM NANISMO

Atualmente, a sociedade não sabe como expressar o termo correto às pessoas com nanismo. Muitos utilizam a palavra imprópria “anão ou anã”, que acabam difamando o público. Para os portadores o termo é ofensivo, porque a definição dela sempre foi usada como forma de ridicularizá-los (NOVACK; LOS, 2022).

O público com nanismo hoje em dia sofre diversos preconceitos por sua baixa estatura, um dos problemas enfrentados é por exemplo, em questão de emprego. Percebe-se que, em certos locais, como alguns restaurantes, ainda não vemos assentos próprios para esse público, apenas assentos para crianças. Muitos não conseguem uma oportunidade de emprego por este preconceito enraizado na sociedade, e além disso, sofrem com falta de acessibilidade a locais, como em bancos, transporte público entre outros (BENEDUZI, 2017).

Por meio do Decreto nº 5.296 de 2 de dezembro de 2004:

Art. 5o Os órgãos da administração pública direta, indireta e fundacional, as empresas prestadoras de serviços públicos e as instituições financeiras deverão dispensar atendimento prioritário às pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida. a) deficiência física: 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, ostomia, amputação ou ausência de membro, paralisia cerebral, nanismo, membros com deformidade congênita ou adquirida, exceto as deformidades estéticas e as que não produzam dificuldades para o desempenho de funções.

Pode-se ver que existe uma decreto 5.296/04 que comprova que o nanismo é uma deficiência, e há uma outra lei de inclusão presente.

Art. 1º É instituída a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania.

(Em 2017 foi sancionada a lei 13.472, que estabelece o dia 25 de outubro com o Dia Nacional do Combate do Preconceito contra pessoas com nanismo, que tem como objetivo conscientização às pessoas. Concluindo; por mais que existam leis referente a inclusão e deficiência a exclusão está ainda muito presente no cotidiano em relação a esse público.

2.4. NANISMO: ESTIGMATIZAÇÃO E HUMILHAÇÃO SOCIAL

As dificuldades de viver com nanismo não são apenas referentes à falta de acessibilidade, e às suas limitações, mas sim, ao lugar em que estão na sociedade. As pessoas com nanismo são vistas como imagem de entretenimento, como anões, gnomos e palhaços, e são vistas perante a sociedade como um corpo estranho e exótico. Pode-se associar a esta frase: “seria alguém que ocupa o palco do teatro, cinema e televisão para fazer a plateia rir da sua aparência” (LIMA, 2019, p. 29). A sua diferença é colocada na sociedade como um estereótipo, que é distorcida diante da sociedade, que coloca isso como um defeito e desvaloriza a aparência da pessoa que tem nanismo. A despeito disto, Lima (2014, p.30) pondera que “quando um indivíduo que está à nossa frente apresenta características distintivas dos outros, imediatamente evidente, impossível de esconder, o meio social estabelece a categoria a qual ele deveria pertencer”.

A sociedade impõe lugares para os indivíduos reduzindo o valor das pessoas na sociedade, “deixamos de considerar a pessoa em sua totalidade” (LIMA, 2019, p.30). Quando Lima (2019) estuda a obra de Le Breton e Goffman (2006 e 2012), ele ressalta que do modo em que a sociedade inferioriza, define estereótipos, lugares que eles devem estar, algumas das pessoas com nanismo se sentem envergonhadas, isso gera um medo neles de não serem respeitados pelos “normais”. Para Le Breton e Goffman (2006 e 2012 *apud* LIMA, 2019 p. 30):

A pessoa com deficiência remete ao imaginário do corpo desmontado, que cria uma desordem na segurança ontológica que garante a ordem simbólica na sociedade. Quando o defeito da pessoa estigmatizada é evidente, atrai olhares e comentários, discursos e emoções, sendo provável que ela sinta a privacidade invadida pela observação fixa e uma curiosidade mórbida sobre a sua condição.

Para Goffman (2012 *apud* LIMA, 2019, p. 31), “mesmo que a sociedade se sinta familiarizada com os indivíduos, não significa que irá reduzir o menosprezo”. E segundo Lima (2019), pessoas com nanismo tem mais dificuldade em estabelecer vínculos sociais, porque todos os lugares que estão, são alvo de julgamento, piadas, brincadeiras, um dos lugares que essas situações acontecem são nas escolas. Quanto eles estão mais expostos a vida comum, exigindo laços sociais, estão mais propícios que situações de olhares e julgamentos aconteçam.

2.5. ERGONOMIA E MODELAGEM

A moda como um fenômeno de retratar o momento e o novo, seja nas tendências das cores, formatos de vestimentas, modelos e até mesmo na sustentabilidade. Mas sobre a inclusividade na moda é pouco pautado, pois há poucas marcas/empresas que representam esse nicho, e o público com nanismo também se inclui nessa questão. As pessoas com nanismo se reprimem por não terem peças de roupas que são adaptadas ao seu corpo, seja por falta de qualidade, conforto ou de mobilidade (NOVACK; LOS, 2022).

Os projetistas de determinado produto de moda buscam atender as necessidades do público consumidor, assim como aguçar novos anseios. Para isso, o designer precisa estar sempre inovando. A modelagem tem um papel extremamente importante nesse processo de tirar o desenho da planta e trazer uma visualização clara de determinada peça (BEDUSCHI, 2013).

De acordo com Novaes (2013, p. 116):

A modelagem de roupas é um ato de interpretação, uma vez que essa prática envolve a subjetividade. Ela é uma etapa do processo de construção de roupas e requer a criação de formas, volumes do corpo e do modelo, que é representado em fotografia e/ou desenho ou que é uma imagem mental concebido pelo modelista e/ou designer/criador —, o comportamento da matéria e as técnicas de construção (processos construtivos, máquinas, costuras, acabamentos, etc).

Podemos observar então, que a modelagem é praticamente esse processo de colocar em prática aquilo que estava no papel para assim, enfim, o desenho virar um produto final. Menezes e Spaine (2010) dizem que: "A modelagem consiste numa atividade voltada para a planificação da roupa a fim de viabilizar a produção em escala industrial".

Na modelagem acontece esse processo de transição de um desenho, para uma modelagem bidimensional que posteriormente se torna em uma modelagem tridimensional, que é onde pode-se definir o tecido que vai ser utilizado, para posteriormente, se tornar em uma peça confeccionada e pronta (BEDUSCHI, 2013).

Igualmente um grande fator que a modelista deve levar em consideração ao planificar uma modelagem, que é a ergonomia² do corpo do usuário, a forma com que determinado corpo se move, a antropometria e medidas (CARVALHO, 2011).

A escritora lida apresenta um ponto de vista interessante sobre a ergonomia:

Ergonomia é a disciplina científica, que estuda as interações entre os seres humanos e outros elementos do sistema, e a profissão que aplica teorias, princípios, dados e métodos, a projetos que visem otimizar o bem estar humano e o desempenho global do sistema (IIDA, 2005, p.2).

Ballen et al. (2018) vai afirmar que a ergonomia é uma ferramenta importante que pode ser utilizada para garantir que as roupas projetadas atendam adequadamente às necessidades de seus usuários, proporcionando conforto e bem-estar, e para o público com nanismo é fundamental ter peças com ergonomia adequada.

2.5.1. Requisitos ergonômicos para projeção de roupas para pessoas com nanismo

A finalidade da ergonomia é adaptar tanto ferramentas e o ambiente de trabalho quanto objetos de uso pessoal. De acordo com Ferreira et al. (2014, p.3) ela serve, "para atender às necessidades, habilidades e limitações dos diferentes tipos de usuário". [...] Isso pode evitar riscos a acidentes e a saúde e melhor adaptação ao ambiente". E é levando em consideração os objetivos acima, que é possível desenvolver peças que vão atender todas as necessidades como: limitações, gostos da pessoa, facilidade de mobilidade e vestimenta. Aqui também inclui aumento de auto estima e autoconfiança com peças que valorizam o seu estilo (BALLEN, 2018).

O público busca meios de se adaptar, seja para desenvolver roupas sob medida (para aqueles que tem uma boa condição financeira), muitos compram peças adultas do padrão ABNT e

²Ergonomia: estuda as medidas e dimensões das diversas partes do corpo humano.

outros com poucas condições e acessos, compram peças infantis para melhor se aplicar ao seu biotipo. As lojas acessíveis ao público com nanismo, são encontradas em formato de *e-commerce* (pela internet). Quando não existem lojas para pessoas com nanismo, há a necessidade de fazer reparos sob medidas, para que as peças possam ser usadas adequadamente. (NOVACK; LOS, 2022).

A moda, no geral, trabalha com o “corpo ideal”: magro, alto e com curvas perfeitas. Com isso, deixa de lado o público acondroplásico fora dessa experiência. Muitos acreditam que esse público não precisa de adaptação nas medidas da modelagem, que é preciso apenas “diminuir o comprimento”. As pessoas com esse tipo de pensamento acabam esquecendo que pessoas com nanismo possuem um biotipo com medidas totalmente diferentes a um corpo “padrão ABNT” (NOVACK; LOS, 2022).

De acordo com a pesquisa de Ballen (2018), que teve como público-alvo mulheres de 17 à 35 anos e com altura correspondente de 1,20cm, apontou as principais dificuldades em encontrar roupas disponíveis em seu tamanho e estilo, sendo a calça apontado como a peça de mais de difícil acesso. Quando o público não encontra o seu tamanho, optam por tecidos de malha, que são leves e confortáveis, pois estes são mais maleáveis e limitam menos os seus movimentos, além de ser de fácil acesso. Muitas mulheres após comprar a roupa tem que fazer esses ajustes, o que ocasiona na perda do caimento original da peça (BALLEN, 2018).

Levando em conta tais afirmações os requisitos ergonômicos que precisam-se levar em consideração na hora de projetar uma peça de roupa para pessoas com acondroplasia são: conforto, tecidos leves, modelagem ergonômica que atenda as necessidades da pessoa em seu dia a dia, suas limitações e facilidade em vestir. Esses são também alguns dos benefícios que a ergonomia pode trazer para esse público.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com a finalidade de interpretar a realidade de lojistas jaraguenses e o reconhecimento de pessoas com nanismo para esse mercado, a presente pesquisa qualitativa se constrói a partir de uma entrevista de campo em formato de questionário. O trabalho visa adquirir respostas aprofundadas sobre o atendimento e vivências que lojistas possuem com pessoas com essa deficiência, Gil (2021) fomenta a natureza do artigo como estudo onde se explora os contextos e se obtém respostas a partir de interpretações diversas.

O questionário, composto por sete perguntas, foi criado a partir das hipóteses já existentes e expostas anteriormente no tópico 1. Sendo repassado para dez lojas físicas do vestuário localizadas no Calçadão de Jaraguá do Sul, as perguntas possuem abertura para respostas mais complexas, a fim de não limitar os entrevistados e obter um melhor resultado sobre o tema abordado. A aplicação deste questionário se fez em setembro de 2023 e envolveu uma subdivisão dentro do grupo de autores para seguir o cronograma.

Inicialmente, abrangeu-se questões importantes para o mercado local e inclusão, já que, a primeira pergunta trata das percepções dos lojistas sobre a inclusão de pessoas com nanismo na sociedade, onde procura entender melhor as vivências deles como comerciantes se relacionando com as questões sociais. Ainda nessa pauta, é questionado sobre o fornecimento de peças do vestuário para possíveis clientes com nanismo e se esses lojistas possuem algum conhecimento sobre as necessidades específicas deste público, como visto no tópico 2.5.

Voltando-se para a aplicação da inclusão na prática, o questionário debate se esses comércios possuem alguma medida que garanta que o espaço seja acolhedor para pessoas com estaturas diversas, dando ênfase novamente para o público estudado ao longo do desenvolvimento. Nessa lógica, também é indagado possíveis vivências com esses clientes e desafios encontrados durante o atendimento.

Na busca de respostas com foco nas roupas, foi questionado se as lojas possuem vestimentas para vender esse público e quais produtos poderiam ofertar. Por fim, na última pergunta, foi discorrido se os vendedores já teriam atendidos pessoas com nanismo e se eles já obtiveram

algum *feedback* para melhorar a acessibilidade e produtos para pessoas com nanismo nas lojas, visto que segundo as hipóteses apresentadas, as lojas locais não teriam muitas peças para esse público.

Depois de realizar as entrevistas, as respostas obtidas foram transcritas e debatidas para saber como elas se enquadram com as hipóteses. A pesquisa não buscou apenas entender sobre a oferta de roupas para pessoas com nanismo em Jaraguá do Sul, mas também trazer mais sobre o tema e as suas necessidades na visão do comércio. As interpretações obtidas a partir destas respostas serão apresentadas no tópico seguinte.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esse estudo teve como propósito analisar se as lojas possuem preparação para atender o público com nanismo. Isso inclui vestimentas ergonomicamente adaptadas, que se adequam ao corpo, sem limitar seus movimentos e que demonstram um estilo que condiz com o gosto dos clientes, assim trazendo uma qualidade de vida ao público local.

Com base nisso, neste tópico será exposto as interpretações obtidas a partir das entrevistas de campo que foram aplicadas aos lojistas do Calçadão de Jaraguá do Sul (Rua Marechal Deodoro da Fonseca - A partir do trilho do trem até o primeiro semáforo), juntamente com o auxílio das hipóteses elaboradas no Projeto de Pesquisa “Pessoas com nanismo: Um estudo sobre o varejo de moda em Jaraguá do Sul”, no qual foi desenvolvido no semestre 2023.1 e teve os objetivos empregados pelos autores deste artigo. É enfatizado que os resultados analisados retratam os estabelecimentos pesquisados da cidade jaraguense.

A pesquisa é iniciada com perguntas no foco da inclusão e das necessidades específicas das pessoas com nanismo em relação a acessibilidade, mobilidade e interação com os produtos. De acordo com uma das hipóteses da pesquisa “O comércio de Jaraguá do Sul procura entender o público e as suas necessidades”, contudo, das respostas obtidas, observou-se que sete dos dez entrevistados reconhecem a exclusão do público com nanismo. Durante as entrevistas, foi visto que a altura em que as peças são postas na loja são de difícil acesso para os portadores da deficiência estudada, tendo, por conseguinte, a constatação da falta de sensibilidade por parte dos estabelecimentos. Com isso é possível notar que há uma necessidade de buscar conhecer e entender as características desse grupo e principalmente propor-se a explorar a respeito do termo não pejorativo “nanismo”.

Durante as entrevistas, o termo "nanismo" foi repetidamente mencionado, e observou-se que a maioria dos lojistas não compreendia seu significado. Em dez lojas entrevistadas, nove desconheciam a palavra, recorrendo a termos como "anã" ou "anão" para se referir às pessoas com nanismo. No entanto, os portadores dessa deficiência rejeitam esses termos devido ao histórico de uso pejorativo na infância, sendo alvos de discriminação que se manifesta através de risadas, olhares de menosprezo e comentários maldosos. Lima (2019) destaca que essa imagem estereotipada e associada ao cômico e grotesco resulta em uma percepção de exclusão e sentimentos de humilhação social, evidenciando a necessidade de revisão e sensibilidade na abordagem dessas questões.

Com base em uma das hipóteses, de que “as lojas físicas oferecem poucas opções de peças de roupas para o público com nanismo”, elaborou-se uma questão com o objetivo de observar “Quais são os principais produtos ou serviços em sua loja que podem ser especialmente relevantes para pessoas com nanismo? Você oferece opções de roupas adaptadas para pessoas portadoras de nanismo em sua loja?” e a partir dessa questão, foi possível notar que dentre as lojas entrevistadas, apenas três possuem produtos adaptados para portadores de naniquismo³, mas das dez lojas, cinco delas oferecem serviços de adaptação ou contatos de suas costureiras sob medidas, sendo este um serviço à parte. Foi notado também que as restantes cinco lojas entendem que essa “adaptação” é apenas cortar a peça por conta do seu comprimento, por exemplo a barra da calça.

³O naniquismo é um outro termo para o nanismo.

A última hipótese é de que “há uma exclusão por parte do comércio de Jaraguá do Sul de peças de roupa para o público com nanismo”, essa hipótese é exposta pelos entrevistadores através de três questionamentos sendo o primeiro sobre “Quais são as medidas que você toma para garantir que sua loja seja um espaço acolhedor e inclusivo para todas as pessoas, independentemente de sua estatura?”, o segundo questionamento perguntava “Quais são os principais produtos ou serviços em sua loja que podem ser especialmente relevantes para pessoas com nanismo? Você oferece opções de roupas adaptadas para pessoas portadoras de nanismo em sua loja?” e com base nessas perguntas é exposto que nas entrevistas foram apenas três lojas dentre as dez que já atenderam ao público com nanismo, mas apenas duas entrevistadas que atenderam, tiveram desafios ao recebê-los.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como propósito evidenciar as características das lojas no Calçadão, especificamente em relação à acolhida do público com nanismo, uma abordagem complementada exposta no tópico 2. O tema foi escolhido pela relevância de abordar a exclusão desse público na sociedade, focando-se nas questões de vestuário e ergonomia na cidade de Jaraguá do Sul, correlacionadas ao curso Técnico em Modelagem do Vestuário do IFSC (Instituto Federal de Santa Catarina). Importante ressaltar que a pesquisa abrangeu 10 estabelecimentos, representativos do comércio local no Calçadão.

O objetivo principal foi analisar se as lojas no Calçadão de Jaraguá do Sul oferecem roupas específicas para o público com nanismo. Após a avaliação dos resultados e discussões, constatou-se que os estabelecimentos não disponibilizam peças diretamente voltadas para portadores do naniquismo³, embora alguns ofereçam serviços de costura sob medida como uma alternativa. No entanto, percebeu-se que muitos lojistas interpretam a “adaptação de peças” como simples ajustes de comprimento, ignorando as características únicas do biotipo dos portadores de nanismo fora do padrão ABNT, o que acarreta dificuldades na mobilidade e acessibilidade.

O público com nanismo possui um corpo com membros curtos, como braços e pernas, e a cabeça grande e mãos pequenas. Sabendo disso, para eles há uma grande dificuldade na parte de mobilização e acessibilidade no ambiente, pois as peças de roupas nas lojas, ficam em uma altura em que as vestimentas não encostem no chão, sendo de difícil acesso ao público com nanismo. Além de que ao possuir peças de roupas que não se adequam ergonomicamente ao seu corpo, atribui dificuldades na hora de se vestir e na mobilidade. Com isso, os portadores procuram fazer consertos de suas roupas, mas ao fazer a adaptação na peça, resulta na perda de seu caimento original na hora de vestir.

Os entrevistados, ao serem questionados sobre as necessidades do público estudado, revelaram não possuir estudos específicos para atendê-lo, adotando uma abordagem genérica sem considerar as particularidades do nanismo. Apesar de demonstrarem abertura e empatia, a falta de peças específicas e a disposição inacessível das roupas indicam a ausência de um ambiente inclusivo nas lojas. A pesquisa conclui que nenhuma das lojas entrevistadas direciona seus produtos ao segmento de nanismo, revelando uma lacuna na oferta de produtos e serviços e impondo custos adicionais aos consumidores desse público.

Em conclusão, tanto através do projeto de pesquisa – quanto a pesquisa metodológica com a entrevista em campo –, é observado que foi atingido todos os objetivos colocados desde o início do trabalho, e mediante a isso, mostra-se uma percepção de como as lojas do Calçadão trabalham para atender o seu público-alvo. Além de que com os levantamentos elaborados, o estudo sobre o público com nanismo traz as características e desafios que os portadores enfrentam durante o seu cotidiano, seja por meio social ou na hora de encontrar as peças de roupas que possuem uma modelagem adequada para o seu biotipo.

AGRADECIMENTOS

Com a conclusão tanto do projeto de pesquisa quanto do artigo científico não podemos deixar

de agradecer aqueles que contribuíram e colaboraram conosco, seja nos orientando de forma direta ou indireta. Gostaríamos de agradecer primeiramente a nossa orientadora Vivian Andreatta Los e a nossas coorientadoras Elisângela Manarim e Leidiane dos Santos, por terem nos instruído durante o projeto, tornando nossa pesquisa possível. Dirigimos nossos sinceros agradecimentos também aos fundadores do Conectando Saberes, pois hoje reconhecemos a relevância desse projeto de ensino. E ao nosso coordenador dessa nova etapa do Conectando Saberes, professor Ederson Stiegelmaier. E por fim agradecemos a todos os comerciantes que contribuíram para a pesquisa, a tornando real.

REFERÊNCIAS

BALLEN, Clarissa Francener; GONÇALVES, Gabriella Oliveira; POFFO, Caroline; Graduanda, ; RIBEIRO, Mariê Souza; DICKIE, Isadora Burmeister. **Nanismo: a moda aliada a ergonomia como fator de inclusão**. P. 4010-4024 . In: Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design (2018). São Paulo: Blucher, 2019. ISSN 2318-6968, DOI 10.5151/ped2018-4.3_ACO_35

BEDUSCHI, Danielle Paganini. **Diretrizes para o ensino de modelagem do vestuário**. 2013. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. doi:10.11606/D.100.2013.tde-19022014-213611. Acesso em: 16 out. 2023.

BENEDUZI, Heloísa Sangalli. **Moda com propósito: a roupa como instrumento de inclusão social das mulheres com nanismo**. Lajeado, julho, 2017. Disponível em: <<https://univates.br/bdu/handle/10737/1792/>>. Acesso em: 06 abril. 2023.

BRUNA, Maria Helena Varella. **Nanismo**. Drauzio Varella. Disponível em: <<https://drauziovarella.uol.com.br/pediatria/nanismo/>>. Acesso em: 27 mar. 2023.

CALABRIA, Andrew. **Deficiência de hormônio do crescimento em crianças**. 2022. Disponível em: <<https://www.msdmanuals.com/pt-br/profissional/pediatria/dist%C3%BArbios-end%C3%B3crinos-em-crian%C3%A7as/defici%C3%Aancia-de-horm%C3%B4nio-do-crescimento-em-crian%C3%A7as>>. Acesso em: 30 out. 2023.

CARVALHO, Maria Helena Ribeiro De. Graduada. **Ergonomia E Modelagem: a função da modelista perante o corpo**. 2013. 10 f. TCC (Graduação) - Curso de Moda, Centro Universitário de Maringá, Maringá, 2013. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/15441194-Ergonomia-e-modelagem-a-funcao-da-modelista-perante-o-corpo.html>>. Acesso em: 05 abr. 2023.

COUTO, Catarina Martins do. **Acondroplasia: características esqueléticas e cefalométricas da face.** Católica, Instituto de Ciências da Saúde, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/23885/1/Monografia%20VERS%c3%83O%20FINAL.pdf>> Acesso em: 06 abr. 2023.

FRADE, Luciana Yuri Trentini; OLIVEIRA, Janaína de; JESUS, José Alfredo Lacerda de. **Acondroplasia: diagnóstico clínico precoce.** Biblioteca virtual em saúde, Brasília, p. 302-305, 12 dez. 2012. Disponível em: <<https://cdn.publisher.gn1.link/rbm.org.br/pdf/v49n4a12.pdf>>. Acesso em: 23 maio 2023.

FERREIRA, Veridianna Cristina Teodoro et al. **O Papel Da Ergonomia na Moda Como ,Contraponto Ao Fast Fashion.** 2014. 12 p. Artigo (Mestranda em Design Arte e Tecnologia) - Universidade Anhembi Morumbi, [S. l.], 2014. Disponível em: <https://colocuiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/ARTIGOS-DE-GT/GT10-MODA-SUSTENTABILIDADE-E-INCLUSAO-SOCIAL/GT-10-O-papel-da-ergonomia-como-contraponto-ao-Fast-fashion.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como Fazer Pesquisa Qualitativa**, 1ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2021.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção.** 2ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2005. Acesso em: 13 mar. 2023.

LIMA, Michelle Pinto de. **Compreensão psicossocial da vida de trabalho para pessoas com nanismo: entre a estigmatização e o reconhecimento.** 2019. Tese (Doutorado em Psicologia Social) - Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde-18112019-182200/publico/lima_do.pdf>. Acesso em: 03 abr. 2022.

MENEZES, Marizilda dos Santos, SPAINE, Patrícia Aparecida de Almeida. **Modelagem Plana Industrial do Vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado.** PROJÉTICA, LONDRINA, V.1, N.1, P.82-100, dezembro 2010, NºINAUGURAL.

NOVACK, Tainara Ribeiro; LOS, Vivian Andreatta. **Desafios na oferta de roupas para o público com nanismo acondroplásico: um estudo de caso na empresa via voice for fashion.** 2022. 20 f. TCC (Graduação) - Curso de Design de Moda, Instituto Federal de Santa Catarina - Campus Jaraguá do Sul, Jaraguá do Sul, 2022.

NOVAES, Maristela Abadia Fernandes. **The pathway of stones: an innovative way to experience and reflect on the process of constructing clothes.** 2011. 200 f. Dissertação (Mestrado em Processos e Sistemas Visuais, Educação e Visualidade) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2011.

PARISI, Baby de Fatima Barbosa; SILVA, César Henriques Matos; OLIVEIRA, Kleber Fernandes de; ARAÚJO, Rozana Rivas de. **Acessibilidade E Inclusão Social Da Pessoa Com Nanismo: Da Legislação À Realidade.** Universidade Federal de Sergipe, 10 fev. 2021. Disponível em: <<https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/baru/article/view/e8595/5073/>>. Acesso em: 15 abr. 2023.

VARELLA, Dr. Dráuzio. **Nanismo.** 2023. Disponível em: <<https://bvsmis.saude.gov.br/nanismo/>>. Acesso em: 30 out. 2023.

APÊNDICE ÚNICO - QUESTIONÁRIO

1. Qual é a sua percepção sobre a inclusão de pessoas com nanismo na sociedade?
2. Sua loja está preparada para atender às necessidades e particularidades de clientes com nanismo? Você tem conhecimento sobre as necessidades específicas de pessoas com nanismo em relação a acessibilidade, mobilidade e interação com os produtos?
3. Quais são as medidas que você toma para garantir que sua loja seja um espaço acolhedor e inclusivo para todas as pessoas, independentemente de sua estatura?
4. Você já recebeu clientes com nanismo em sua loja? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como você lidou com eles?
5. Quais são os principais produtos ou serviços em sua loja que podem ser especialmente relevantes para pessoas com nanismo? Você oferece opções de roupas adaptadas para pessoas portadoras de nanismo em sua loja?
6. Como você treina sua equipe para lidar de forma adequada e inclusiva com clientes com nanismo?
7. Você já recebeu algum feedback de clientes com nanismo sobre a experiência de compra em sua loja? Se sim, quais foram os comentários e como você os utilizou para melhorar seu serviço?