

# “Este ativismo acontece diariamente”: Londres, inclusão e representatividade na moda

Samanta Bullock<sup>1</sup>

Entrevistadoras:

Tatiana Massaro<sup>2</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-9153-9938>

Juliana Bortholuzzi<sup>3</sup>

<https://orcid.org/0009-0009-2755-9473>

Data e local da entrevista: 22 de março de 2024, entrevista feita em modo online.

Samanta Bullock nos concedeu essa entrevista a partir de Londres, onde reside. Ativista, modelo, tenista em cadeira de rodas e reconhecida em 2022 como uma das pessoas com deficiência mais influentes no Reino Unido, sua trajetória percorre múltiplas instâncias e seus projetos vêm se tornando cada vez mais relevantes na moda e, em especial, na moda inclusiva. Nesta conversa, que agora integra o dossiê “Moda e Design Inclusivo” da revista dObras, entre diversos assuntos, ela trata sobre representatividade - palavra-chave de extrema relevância em sua atuação, reflete sobre a moda e traz detalhes sobre projetos atuais e futuros.

Nascida no Brasil, em Capão da Canoa, litoral norte do Rio Grande do Sul, Samanta viu-se paraplégica aos 14 anos, quando, ao acessar uma arma guardada na casa de sua família, por acidente, disparou contra si mesma. A bala atingiu sua medula e, após o ocorrido, ouviu do médico que não poderia mais andar. À época, a carreira de modelo, que estava começando, foi adormecida diante de muitas tentativas e negativas. Passando a se dedicar

---

<sup>1</sup> Co-proprietária da London Represents, desfile de moda promotor de inclusão e sustentabilidade. Uma das 100 pessoas com deficiência mais influentes do Reino Unido. Medalhista de prata nos Jogos Para-PanAm no tênis em cadeira de rodas pelo Brasil. Fundadora da Bullock Inclusion, dedicada a projetos sociais em moda e esporte, @bullockinclusion e @samantabullock. LinkedIn: <https://uk.linkedin.com/in/samantabullock>

<sup>2</sup> Doutora em Antropologia Social, Unicamp, [ttmassaro@gmail.com](mailto:ttmassaro@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3475890154199559>

<sup>3</sup> Professora do curso de Moda, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, [jubortholuzzi@unisin.br](mailto:jubortholuzzi@unisin.br). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4343847822688401>

à faculdade de Direito, ela vai do litoral à capital rio-grandense, onde realiza ainda o estágio que a leva a atuar em órgãos governamentais, primeiro em Porto Alegre e depois em Brasília, onde participou da construção do Estatuto da Pessoa com Deficiência.

Na capital do país, ela passaria a frequentar a escola de tênis para cadeirantes, descobrindo nesta prática um forte talento que a levaria a competições internacionais e a ganhar duas medalhas de prata representando o Brasil. A convivência com atletas paralímpicos foi compondo uma representatividade e também uma via ativista na qual passaria intensamente a atuar, primeiro como atleta, depois como modelo, empresária e pessoa pública. Foi ainda no tênis que conheceu seu esposo, Mark Bullock, conselheiro e treinador de desenvolvimento esportivo inclusivo, e juntos escolheram residir na Inglaterra.

No Reino Unido, entre outros projetos, há mais de 12 anos, Samanta cocriou, junto a parceiros, a London Represents, desfile de moda inclusiva, que atualmente passou a compor o calendário oficial da London Fashion Week, uma das cinco principais semanas de moda do mundo.

Na entrevista que segue temos a chance de conhecer mais sobre sua trajetória e uma gama de entrelaçamentos diversos com a moda.

**Muito obrigada por aceitar nosso convite. Ficamos muito felizes.**

Obrigada, você. Tomara que consiga trazer algo para a mesa, pra gente se aprofundar.

**Nos conhecemos (Samanta e Tatiana) em 2022, em pleno London Represents, desfile de Moda Inclusiva que você cocriou na Inglaterra. Gostaria de começar por ele e de te ouvir um pouco mais sobre esse evento. Poderia falar um pouco sobre a ideia inicial e sobre como ele está organizada atualmente? Como você vê o London Represents no cenário de desfiles de moda internacional? Quais efeitos ele tem dentro e fora do Reino Unido?**

O London Represents é um desfile de moda no qual a gente trabalha a questão da sustentabilidade, principalmente na parte social. Quando ele nasceu, a gente já tinha modelos diversos, mas não era tanto a raiz do evento. Porém, ficou sendo algo muito forte para a gente. Na criação, há 12 anos ou mais, o London Represents se chamava London Organic, e era mais voltado para ajudar as pequenas empresas que não tinham voz, que estavam começando e que não estavam no London Fashion Week. Hoje o London Represents está no calendário oficial da London Fashion Week. Uma das coisas que vamos fazer, acho que a partir do próximo ano, é organizar talvez eventos, onde vamos diversificar as atividades que a gente tem. Talvez em termos de desfile a gente fique com um no ano e faça uma coisa maior para dar um tempo de respiro, pois parece que seis meses é muito quando a gente pensa em dois desfiles ao ano, mas, na verdade, seis meses é muito pouco para todo o trabalho que temos para realizar um desfile daquela proporção. A gente acabou de fazer um documentário para o Channel 4. Então, você começa a crescer e tem as dores do crescimento, porque é mais responsabilidade e mais trabalho. Quando você às vezes faz alguma coisa que não tem tanta responsabilidade, muitas vezes não tem tanta pressão. Então, acho que vamos diversificar em outras áreas dentro do próprio London Represents.

**Como vocês vão desenhando a ideia de inclusão dentro do London Represents? Ela vem de uma ideia mais orgânica, como você estava dizendo?**

Totalmente orgânico. Tudo no London Represents é muito orgânico. Antes dele, eu fazia uma parceria com meu sócio Saumen Kar e dentro da SB Shop, que era uma das minhas frentes. A gente também faz colaborações com marcas e ele tem uma marca que chama London Organics, que é de *beauty products* e a gente colaborou na criação de um produto funcional, fazendo um creme à base de *grapefruits*, que ajuda na circulação. Foi focado na pessoa com deficiência, começamos a trabalhar juntos nisso e depois começamos a trabalhar mais na questão da inclusão, em um aspecto mais da representatividade e menos direcionado ao produto. Foi muito orgânico e por eu já trabalhar com marcas focadas na questão da inclusão, haviam 8 *designers* em UK (United Kingdom) quando eu lancei a SB Shop e cada um fazia algum tipo de roupa, produto ou acessório voltado para a questão da funcionalidade do produto, buscando que esses resolvessem algum problema, e trouxessem alguma solução, vamos dizer assim. Então, de forma muito orgânica, a gente trouxe essa questão para o London Represents, pois eram as marcas e modelos com quem eu já trabalhava, e foi crescendo naturalmente também. E minha outra sócia, Gaia Beck, trabalha em outra área, como se fosse *Tinder*, mas enquanto neste você dá um *match* online, no dela os encontros acontecem presencialmente. Ela tinha uma cartela de pessoas muito diversas, com pessoas que procuravam relacionamentos. Então, aconteceu realmente de forma muito orgânica. A gente foi chamando as pessoas a partir do que a gente acreditava, mas sempre com foco na excelência, trabalhando com profissionais e buscando sempre melhorar. Desfile após desfile, vemos o que pode melhorar ao longo do tempo.

**A sua história pessoal se entrelaça fortemente com a inclusão e a Moda Inclusiva. Você poderia nos contar um pouco mais sobre sua trajetória? Há quanto tempo você vem atuando com o ativismo em relação à moda, aos esportes e à inclusão de pessoas com deficiência? Como percebe essa atuação ao longo do tempo e atualmente?**

Eu fiquei paraplégica aos 14 anos. Morava na praia, no Rio Grande do Sul e depois fui morar em Porto Alegre para cursar Direito. Durante o curso eu comecei a estagiar dentro da Assembleia Legislativa. Aí a gente tinha o fórum democrático, tinha várias áreas da própria assembleia que cuidavam desta questão. Dentro dela a gente já tinha alguns projetos, algumas coisas sempre voltadas para a pessoa com deficiência e com um olhar mais atento a essa questão. Então, fui transferida para Brasília, comecei a jogar tênis. Representei o Brasil em três mundiais. Tenho uma medalha de prata no Parapan-Americanos, em duplas, com minha parceira Rejane Cândida. Quando eu voltei a jogar tênis, estando dentro do Comitê Paraolímpico Brasileiro, do Comitê Internacional, você vira uma ativista, você vira uma voz, você está sempre falando em público, está no radar.

Ali, eu notei que tinha uma opção de eu voltar a modelar. Eu poderia fazer isso com a moda também, porque até então sempre era “não, não, não”. E eu poderia começar a fazer isso porque os olhos estavam voltados para mim e as pessoas queriam que eu estivesse presente para vender uma cadeira de rodas, e, em geral, para vender alguma coisa. Então eu comecei a modelar, fazer fotos, ter patrocinadores, o que queria dizer que tinha um mercado ali. Meu primeiro desfile foi em 2006, em uma marca que nem fazia roupa para pessoa com

deficiência, no Brasil, em Goiânia, mas eles queriam que eu estivesse no desfile porque eu era uma atleta. Coloquei uma roupa, que à época nem era a mais adequada para mim, e fui para a passarela. Assim, essa jornada tem de um bom tempo já, seja através do esporte, seja através da própria Assembleia Legislativa. Eu trabalhei na 1ª Vice-Presidência do Senado Federal também, quando comecei a jogar tênis, e ali trabalhamos criando o Estatuto da Pessoa com Deficiência. Então, esse conhecimento, essa bagagem, foi crescendo em vários aspectos. E é difícil porque não tem como tirar um aspecto da vida onde você, de certa forma, não é uma ativista. Eu chego na minha academia, o elevador está quebrado, o banheiro está fora de serviço ou se não tiver um espelho, por exemplo, eu vou ter que pedir para eles arrumarem, eu vou falar com eles, eu vou explicar. Então, reivindicando naturalmente as coisas que qualquer um reivindicaria, como, por exemplo, se você chega em uma academia e não tem banheiro, você vai reclamar. Assim, este ativismo acontece diariamente. Para a gente acontece muito mais porque temos muito mais coisas a clamar, a reclamar, muito mais coisa para pedir, porque nada é feito, porque não existem as coisas. A gente tem que estar ali, todo o tempo, reivindicando isso, chamando a atenção das pessoas: “olha, isso não está correto”.

**Pensamos em conversar um pouco também sobre os projetos que você vem desenvolvendo mais recentemente, além do London Represents. O Uniadaptive, por exemplo, presta suporte e consultoria a estudantes que querem desenvolver coleções de Moda Inclusiva, desde a criação, a seleção de medidas e caimento adequado para as peças, e preparação para o desfile. Poderia falar um pouco sobre este projeto? Como funciona esta consultoria? Qual relação o projeto guarda com as universidades?**

Esse projeto também nasceu de forma bem orgânica. Eu tenho minha parceira, a jornalista Larissa Mariano, que é brasileira, e quando o Uniadaptive nasceu ele não tinha esse nome. A gente tem um Community Interest Company - CIC, uma companhia de interesse da comunidade, chama-se Bullock Inclusion, e a gente atua na área de projetos sociais em esportes e moda. Quando eu montei a SB Shop, que já não existe mais em UK, funcionando hoje somente no Brasil, eu queria que tivesse uma área dentro dela para cuidar dos projetos sociais. E quando o Uniadaptive nasceu, eu todo dia eu acordava, acessava minha mídia social e tinham estudantes escrevendo, pedindo para eu responder um *survey*, entrevista, me perguntando coisas. Todos os dias era assim, tinham muitos desses pedidos ali. Mas eu notei que eu estava sem tempo, pois tinha que cuidar da SB, fazer projetos, fazer *website*, novos produtos, cuidar das marcas, organizar a parte administrativa. Então, eu falei com a Larissa, propus pegar as perguntas e nosso conhecimento e criar um curso que a gente apresentasse e vendesse. Fizemos através da plataforma *Hot Smarts*, mas essa não era a plataforma correta, pois o projeto não era muito dinâmico, era mais para vídeo, então o transformamos em um projeto que conversa com as universidades. Hoje, eu trabalho com a Central Saint Martins, em Londres, dei mentoria para International Fashion Academy - IFA, na França, fizemos parcerias com o Istituto Europeo di Design - IED do Brasil e três looks e dois estudantes dessa última vieram para a Inglaterra para participar do London Represents. E o que entendi nessa mudança de chave foi que na SB a gente tinha que educar, trabalhar e criar produtos com as marcas, e às vezes elas diziam que não tinham clientes portadores de deficiência, argumentavam que não era o público delas. Eu dizia, mas vocês têm o público, vocês podem

mudar. E perdíamos muito tempo tentando vender a ideia para uma marca que às vezes não estava interessada em mudar. Então, dissemos, ao invés de a gente falar com as marcas já estabelecidas no mercado, vamos tentar falar com as novas marcas. Se os estudantes já tiverem isso em seu DNA e já entenderem como fazer as roupas e voltarem a marca, o site e o público para pessoas com deficiência, quer dizer que já vamos ter uma marca pronta. Não teremos que tentar convencer alguém a fazer o certo.

Começamos o projeto e agora estamos fazendo um maior com o Qatar e temos em curso outro projeto muito legal, que está saindo do papel e é uma plataforma de colaboração chamada Freedomee. Dentro dessa plataforma, vamos fazer um evento em Setembro de 2024, com uma série de palestras falando de inclusão, e principalmente de inclusão empresarial, que é você também dar oportunidade de trabalho para a pessoa com deficiência, para ter mais visibilidade, mais oportunidade. Então, dentro do Bullock Inclusion, a gente tem vários projetos. Um deles é um filme que fizemos em 2020 que se chama “Imperfection”, que é “I’m perfection” e “Imparfection”, então tem esse trocadilho, e muitos outros projetos que a gente criou. Na London Represents trabalhamos ainda na parte educacional do quadro de empregados de grandes empresas, incentivando eles a estarem dentro do desfile de moda, mas também a entenderem a questão total da inclusão. Eles se voluntariam e aprendem sobre diversidade e inclusão na moda. Então, temos vários projetos dentro do Bullock Inclusion.

O Uniadaptive é um deles. Ele vem se moldando, crescendo e vem sendo muito interessante viver isso. Vemos que às vezes algumas portas vão fechando, mas outras vão se abrindo. É uma dança constante, sabe, mas é muito legal de ver. Agora a gente acabou de abrir e lançar uma empresa que se chama EnableRise, dedicada à consultoria e *public speaking*, junto à minha sócia, Louise Hunt, que é comentarista da BBC para Wimbledon. A gente já foi rival no tênis, já jogamos tênis uma contra outra, ela pelo Reino Unido e eu pelo Brasil, mas sempre a rivalidade, graças a Deus, ficou dentro de quadra, a gente sempre se deu super bem e ela também é uma ativista muito grande na questão da diversidade e decidimos unir forças para conseguir falar para as empresas e corporações. Lógico, a parte de moda, de estar educando os alunos, é uma coisa que eu amo, amo, agora acabaram de participar do London Represents em fevereiro. A Central Saint Martins e as roupas que eles criaram foram divinas, maravilhosas, e ver na passarela a criação dos estudantes foi muito bacana. Mas também tem essa coisa que às vezes me chama mais forte, assim, não mais que a moda porque eu amo a moda, mas tem essa questão de você estar falando para as corporações, para as empresas, tratando sobre como eles vão fazer empregar pessoas com deficiências. É algo muito circular. Tudo se encaixa. É preciso criar o consumidor e para isso ele tem que sair do ponto de vulnerabilidade, precisa do emprego para comprar e é algo que se liga em um total, assim. Então, acabamos de lançar a EnableRise e vamos fazer as palestras. Ainda estamos sem *website* - por ora, só abrimos a empresa - e é algo que vai vir mais entre maio e junho, quando vamos fazer o lançamento. Vamos começar a trabalhar com isso. É algo que, para mim, eu gosto de fazer porque me dá flexibilidade. Não é algo que eu tenho que estar lá todo dia e consigo fazer meu calendário. Se eu tenho que dar uma aula em um dia, eu consigo fazer a palestra em outro, então dá uma dinâmica diferente, e posso viajar às vezes para atuar como modelo ou fazendo alguma outra coisa. Em fevereiro a gente participou de um projeto muito legal na Áustria, na Organização das Nações Unidas (ONU), que é outro que

está crescendo, voltado a zero barreiras. Chamasse Zero Project e se liga um pouco com essa parte mais ativista, de *public speaker*, algo no qual estou crescendo junto com essa parte social, que é o Unidaptive. O próprio London Represents está tomando outra cara agora, talvez com mais eventos menores envolvidos em alguma coisa maior. No momento, acho que é isso que estou fazendo, o que, na verdade, é um monte de coisas.

**Dentro desses projetos, as consultorias podem atender estudantes brasileiros que querem desenvolver coleções ou marcas de Moda Inclusiva? Como entrar em contato com vocês para conseguir este suporte?**

É uma coisa que a gente pode fazer tranquilamente. Tem a Larissa Mariano, minha sócia, que está no Brasil, então não depende só de mim e o que a gente puder fazer a gente faz. O que a gente está fazendo agora, no entanto, tem mais centralidade no Reino Unido, porque eu estou baseada aqui, e também porque estamos começando a desenvolver esses projetos por agora. A gente foi entendendo que era algo que o público estava querendo. Quando começamos o Unidaptive, era mais ou menos a gente perguntando para as universidades: “você quer participar?”. E ainda tinha meio que um não, um se não ali. E agora notamos que meio que reverteu: está todo mundo querendo e pedindo. Então, é um projeto que tem que ser pensado porque muitas universidades querem incorporar isso dentro do currículo e eu não tenho como ser professora, tem que ser realmente um curso à parte, ou inserido em um outro curso onde a gente faça um encontro uma vez por mês para ver o que os alunos estão criando. Estamos ainda pensando no formato. Cada universidade tem uma característica própria e eles querem tal coisa. Tem as que querem fazer um curso de verão, outras um curso intensivo. Temos pensado sobre como vamos pegar o curso e modelar de acordo com cada universidade. Mas, se a pessoa quiser entrar em contato comigo através do Instagram, o meu ou o do Bullock Inclusion. Esse é o melhor meio de contato com a gente hoje, porque é uma ferramenta que usamos direto. Podem nos mandar e-mail também pelo Instagram, pela plataforma.

**Quando consideramos a Moda Inclusiva no Brasil e na Inglaterra, e você tem essa experiência nos dois países, quais diferenças e semelhanças você observa?**

Olha, eu acho que a questão da representatividade aqui [no Reino Unido] está mais forte que aí [no Brasil]. Não sei se é porque nós temos tanta diversidade aqui, porque a gente está em Londres e trabalha com uma população muito diversa culturalmente falando, com muitos *background* e de tantos países diferentes. Então, já tem uma questão da diversidade que é muito maior do que a gente tem no Brasil. Se bem que São Paulo tem muita diversidade, mas não é como Londres, onde você sai na rua, entra em um ônibus, tem pessoas falando várias línguas, é incrível, e eu sou fascinada por isso. Amo Londres demais por isso. A gente aprende muito também nessa questão de moda, vemos como tudo se mistura, você vai criando tendências e tal. O Brasil é incrível, no entanto, quando a gente começou com o trabalho de moda inclusiva aqui, no Brasil, não sei se você conheceu, a Belly Palma, cadeirante também, que faleceu ano passado, estava trabalhando no governo de São Paulo em uma pasta ligada à pessoa com deficiência em projetos ligados à moda - não sei qual é o nome do departamento. E antes dela também tinha a Daniela Auler que estava fazendo um ótimo trabalho. Então, assim, a gente pensa às vezes que o Brasil está muito atrás, mas não. O que São

Paulo estava fazendo dentro do governo do Estado, já trabalhando com as universidades, escolas e colégios na área, era um trabalho já voltado para ensinar as marcas e todo mundo que queria podia se registrar para participar. Já estava acontecendo e acredito que um trabalho muito legal continua sendo feito. A Belly faleceu e eu não sei quem está atuando hoje nesta pasta ou se ela existe ou não, mas estava havendo um trabalho muito legal nessa área.

Muita gente diz que a Inglaterra está mais à frente que o Brasil, mas naquele tempo, há 12 anos, o Brasil estava na frente. Havia ações estabelecidas dentro do governo que aqui não existiam e tínhamos que fazer no boca a boca, no privado. Tanto que o London Represents nasceu dessa necessidade. Eu acho que globalmente está crescendo, a gente pode ver que grandes marcas, e até um dos nossos patrocinadores, a Zalando, o maior *retailer* online da Europa, trabalha com marcas inclusivas e têm sua própria marca inclusiva. Hoje, você já vê Nike fazendo tênis voltados a esse público e Tommy Hilfiger fazendo roupas neste sentido. Durante as Paraolimpíadas em Londres, tinha um manequinal, que é uma cadeira que é um manequim. A pessoa é um manequim e ela se senta na cadeira compondo o manequinal, que é o manequim-cadeira, que Sophie Morgan desenhou e estava na vitrine da Adidas. A gente já teve a Wilson desfilando para a gente. Vemos que está crescendo mundialmente e não é uma questão de fazer comparações entre Brasil e Inglaterra, e eu não gosto muito disso porque é muito diverso, cada um faz em uma área, às vezes tem um momento em que está mais dedicado a uma ou outra.

A Brasil Eco Fashion Week está fazendo um trabalho maravilhoso! Maju de Araújo, incrível, *influencer*! Nessa questão, principalmente na moda, têm muitos *influencers* também, e há *influencers* em outras áreas também. Minha própria sócia, a Larissa Mariano, também super ativista, faz palestras e outros projetos. Na Brasil Eco Fashion Week a gente fez um desfile enorme, com grandes celebridades, muitos jovens *influencers* famosos no Brasil, Leo Picon, a Pequena Lô, Julio Rocha, ator da Globo, a modelo Maju de Araújo, tanta gente e fizemos o desfile Maju Com-vida, que remete à vida e aos convidados da Maju, inclusive ontem foi o dia mundial da Síndrome de Down, então um desfile que abraçou a questão da inclusão, da sustentabilidade. O que eles estão fazendo ali é divino! Mas daí você pensa assim e há anos eu penso isso: esse ano a São Paulo Fashion Week - e não a Brasil Eco Fashion Week -, vai vir com tudo, eles vão trazer, está mais do que na hora, eles criaram cotas para negros, mas, em termos de deficiência, é zero. Há cerca de 7 anos, eu penso que a São Paulo Fashion Week não vai ter mais porque não fazer. Houve uma novela da Globo que tinha a atriz cadeirante Tabata Contri vivendo uma personagem cadeirante na televisão, então pensei: a São Paulo Fashion Week não pode ignorar mais, mas eles vão lá e ignoram. Então penso: agora vai virar a ficha, e eles ignoram. Agora vai, e nada. Então, tem áreas que super se desenvolvem, como a Brasil Eco Fashion Week, que vem crescendo muito e está fazendo uma pegada muito legal, muito maravilhosa. Aí você vê a São Paulo Fashion Week nada, zero, bem, não vou dizer zero porque talvez eles tenham tido a participação de alguma modelo ligada à inclusão, mas em relação à diversidade, é muito muito pouco. Você vê em grandes revistas também. Você vê a Vogue, uma das nossas modelos, a Ellie G, que foi capa desta revista. Já temos a Vogue com capas como essas, então está vindo devagarinho, mas, principalmente na área das grandes revistas, de televisão, de grandes desfiles, nessas é algo onde está um pouco mais lento. Em outras áreas, está muito mais acelerado.

Sobre essa diferença, você poderia falar um pouco sobre as razões ou os motivos que tem levado determinados espaços, como a Brasil Eco Fashion Week, a serem mais inclusivos, enquanto em outros, como São Paulo Fashion Week, já muito consagrados, e também de revistas de moda consolidadas, que parecem, digamos assim, que ainda não abraçaram, a moda inclusiva.

Acho que os motivos são muitos, são muitos. O medo é um deles. Porque a moda era um sonho. Todo mundo era perfeito, novo, loiro, magro, magra, tinha aquele sonho onde você tinha que ser aquela perfeição. Se você não fosse, você estava fora, então: uma modelo linda, maravilhosa, se envelhecesse, estava fora da jogada, se engordasse, estava fora da jogada, negros também não tinham vez. Então, a evolução em todos esses tópicos foram e estão evoluindo. Hoje você não pega uma revista que é toda branca, eu acho que hoje você não pega uma Vogue assim, mas anos atrás isso era considerado normal e dificilmente se via modelos com cor nas revistas, eram pontuais. É uma questão desse sonho, dessa coisa assim e eles têm medo de fazer a mudança. É muito difícil também na área, por exemplo, para as marcas. Eu entendo isso porque já tive marca, eu trabalhei para as marcas e para elas eu acho que o maior desafio é escalonar. As deficiências diferem muito e cada uma delas possui variáveis, o que às vezes é complicado: a pessoa pode ser amputada acima ou abaixo do joelho, da perna esquerda, da perna direita, do pé, da mão, então nem todo amputado é o mesmo amputado. Uma roupa pode ser para amputado *plus size* ou/e cadeirante, entre outras variações. E eu estou dando só um exemplo. As variantes são muitas. E o mundo da moda é muito ainda sobre quantidade e rapidez. Você faz o máximo de quantidade para vender, como no *fast fashion*, e às vezes você quer um mínimo, que são 50 peças. Poxa, 50 peças? Por mais que a gente tenha 1,2 milhões de pessoas com deficiência no mundo, que há 3 trilhões de dólares de economia e força econômica, coisa e tal, é difícil. Se você vem de São Paulo e quer vender no Maranhão, o preço é outro, a pessoa às vezes quer experimentar a peça, e o Brasil é muito grande. Às vezes, até marcas mais próximas do consumidor, que fazem mil peças, não é tão fácil. E às vezes a pessoa compra uma e já saiu de moda, quer comprar outra e tem essa pegada. Então, eu acho que as marcas ainda têm muito medo de não conseguirem escalonar, de não entender e não ter previsão, por exemplo, medo de prever a venda e não ter garantido, por exemplo, um lucro de 30%, e isso também se dá porque *data* (dados) é algo que não temos muito. É mais ou menos um tiro no escuro. Você vai fazendo, pode ser que você venda, pode ser que não, pode ser que você comece a vender e, ótimo, mas é um mercado muito novo, diferente do esporte, que já tem há muito tempo. Com as marcas tendo esse receio, às vezes as revistas e as passarelas têm esse receio, porque se as marcas não têm o público, não estão criando o produto, como vão colocar isso na passarela, se não existe o produto adequado? Para quem eles vão mostrar? Entendo que isso é algo que tem que vir das marcas e por isso acho que é tão importante a gente educar os estudantes porque eles terão futuras marcas e eles vão estar ditando a questão das passarelas. Se a Gucci está vendendo um vestido para uma pessoa que tem deficiência, que está na posição sentada, por exemplo, ela vai colocar na revista uma modelo cadeirante, na posição de sentada, porque ela está vendendo aquele vestido e vai vender na revista aquele vestido. Se a Gucci não está fazendo nada, automaticamente ela não vai botar nada, e você não vai ver isso na revista. Então, assim, tem vários fatores, vários fatores.

Eu acho que o fator também hoje em dia do politicamente correto, ele é politicamente correto, mas, no meu ponto de vista, ele está fazendo um desfavor porque as pessoas estão com tanto medo, tanto medo de serem canceladas por falarem algo errado ou algo assim, que elas preferem nem falar. Porque se eu vou falar alguma coisa, eu vou dizer tal coisa e se fica com um quê, com uma visão de que se é um monstro, porque você falou algo errado e se fica naquele medo enorme que às vezes não se quer fazer parte porque se tem medo de ser cancelado. Então, ao invés de ter esse julgamento do politicamente correto, onde a gente está cobrando coisas, precisamos de uma parte mais de ser um *allie*, de ser um aliado, de estar ensinando, de uma parte educacional, de uma parte mais positiva, sabe. E eu acho que hoje em dia tem muita cobrança, muita coisa em cima do negativo, e eu acho que temos que ter uma coisa de paciência e entender que está sendo absorvido, entender que a gente tem que criar aliado mais do que concorrência, não sei se eu me faço entender aqui. Para essa resposta, tem mil fatores, posso te falar quarenta mais ainda sobre o porquê, mas eu acho que o medo é um deles, muito grande, que as marcas têm, o medo do novo, de serem canceladas, de falarem alguma coisa. Tem o tempo também de estar aprendendo e desenvolvendo coisas e precisará ter muito mais tempo dedicado a isso. E tem também a questão de que elas não vão lucrar tanto.

**Na Moda Inclusiva, como você vê as iniciativas para pessoas com deficiência visual, mais especificamente, no Brasil e na Inglaterra?**

A deficiência visual não precisa de muita adaptação para a roupa, então qualquer marca pode fazer uma roupa para uma pessoa com deficiência visual desde que tenha informação, que tenha um QR Code, que tem um Braille, então, assim, é uma coisa que você consegue escalar e essa informação vai estar na etiqueta. Então, em muitas marcas que eu conheço, de amigos e amigas minhas, que estavam trabalhando com Braille, e eu acho que eles têm que mexer na tecnologia. O Braille é uma solução muito cara e não é toda pessoa com deficiência visual que sabe Braille, inclusive parece que esse número é menor que 20% mundialmente. Hoje em dia, eu estou muito ligada em *vision inverse*, que é a pessoa com visão baixa. Elas usam o telefone. E o telefone não é só para esse público, hoje é para todo mundo. No restaurante, você escaneia seu menu e não se tem um menu dedicado ao deficiente visual, é um menu para todos usarem. Eu acho que a tecnologia é a maior aliada de quem tem deficiência visual. O caminho é investir na tecnologia, é deixar essa informação disponível. Agora na ONU, conversando com o pessoal que está trabalhando com Braille, eles disseram que o QR Code pode ser que desbote, coisa e tal, mas o Braille também, se cai uma ou duas coisinhas, como lidar também? Então, acho que tem que ser mais aprimorado, mas acho que a tecnologia vai ser a ilustre do jogo, sabe?

**Samanta, de que maneira você vê a interseção entre Moda Inclusiva e as práticas de comunicação digital na construção de comunidades mais acolhedoras e representativas?**

Muitas vezes a gente fala na questão da deficiência, mas essa questão de ser acolhedora, de ter uma comunidade é uma coisa do ser humano e não tem nada a ver com a deficiência. Se você pega um bebê e deixa em uma porta, coloca na rua, ele vai morrer. Quem é que vai trocar? Quem vai alimentar? A gente é uma sociedade que a gente acolhe, a gente

tem que cuidar um do outro, você não se vira sozinho, né? Então, a gente é uma espécie que precisa de alguém que nos alimente, que cuide, coisa e tal. Assim, não é uma coisa que tem a ver com a deficiência, mas é para todo mundo. Todo mundo quer ser acolhido. Agora, uma pessoa que está mais vulnerável, uma pessoa com deficiência, para quem a vida já é tipo assim, mega complicada: você está na rua não tem uma rampa, você vai a um lugar o elevador não funciona, você vai pegar um ônibus não vem e você tem dor, como eu que tenho dor crônica, daí você vai fazer tal coisa não é acessível, poxa! Já é meio a vida jogando contra, né? Tem tanta coisa que tem que ficar desviando e programando e tudo. Então, assim, já não tem as mesmas opções de trabalho, a situação financeira é um pouco diferente. Às vezes não é uma regra, né? Eu estou falando assim, que muita gente está usando um benefício, por exemplo, tem muito a questão também de deficiência mental e de depressão. Quando teve o Covid agora, um dos exemplos que eu dou muito, é que todo mundo sentiu na pele mais ou menos o que se sentir deficiente. Porque a pessoa com deficiência é tão difícil para você sair na rua, você tem que lidar com tanta coisa, planejar onde você vai trafegar, onde vai pegar um táxi, se vai ter ou não elevador, e isso e aquilo, que às vezes as situações são tão difíceis que você prefere ficar em casa. É quase uma imposição, como vou dizer, você está convidado para sair na rua, você pode sair, você tem essa abertura, mas é tão difícil que é como se te impusessem a ficar em casa. Você tem a liberdade de escolher ficar dentro de casa. Essa é a melhor frase: você tem a liberdade para escolher ficar dentro de casa, entendeu? Assim, durante a Covid, todo mundo sentiu isso. E aí, como a gente fica? E agora? Como ficar em apartamentos, ficar trancado? Tem várias situações de depressão, ansiedade e outras coisas. Mas sobre criar comunidades, a gente estar se tratando melhor, está se entendendo, ter um pouco mais de empatia, coisa e tal, eu acho que esse é o caminho natural das coisas.

**Uma outra questão, seria assim: na sua experiência, como a Moda Inclusiva tensiona e desafia mudanças nas narrativas estereotipadas na indústria da moda e na mídia?**

A partir do momento em que você tem a roupa, não é só a questão de que você está criando a roupa para a pessoa com deficiência, que ela vai estar se vestindo melhor, que ela vai estar com uma autoestima melhor, que ela vai estar focada no conforto, não é só isso. Como eu disse, marcas grandes que investem em moda inclusiva, pensa o que seria hoje a Gucci, ou a Prada, pega três grandes empresas, o que seria elas fazendo roupa inclusiva e estando nas revistas, entendeu? Então, assim, não vai muito longe: se você pegar essas marcas maiores e elas começarem a trabalhar nisso, olha o tanto de representatividade que vai ter, né? Representatividade é uma coisa muito importante porque, eu quando fiquei na cadeira de rodas há 30 anos, lógico, naquela época a gente também não tinha uma mídia social como tem hoje, era difícil entender qual almofada eu preciso, que tipo de cadeira eu tenho, eu tenho dor crônica, quando é que eu podia conversar com outra pessoa sobre isso? Quando eu entrei no esporte, doze anos depois, já foi outra coisa, porque eu já tinha pessoas com as quais eu me relacionava e que eu poderia ter como referência. Poxa, ela usa essa almofada, essa cadeira, então você consegue ver e você tem essa representação. Mas até então, há 30 anos, a gente não tinha isso. E daí a chance de você comprar uma almofada que seja ruim, e você ter que comprar 3 ou 4 até que goste de uma, é alta. Estou falando de almofada, mas

isso pode ser considerado para sapato, para uma calça, para um cateter, uma sonda, qualquer coisa, em qualquer âmbito você vai achar isso. Então, eu considero muito importante a moda inclusiva. Quando a gente fala em moda inclusiva não é só sobre a pessoa com deficiência, ela é para uma mulher que ganhou peso, é para uma mãe que o pé inchou devido à gestação, é para uma senhorinha que vai ter que caminhar mais devagar e vai ter que usar uma cadeira eventualmente, então, assim, tem tantos fatores que a moda inclusiva envolve, que não é só a questão da deficiência e quando você acha uma solução, dificilmente a solução vai bater só no problema que ela vai resolver. Sempre existem outras coisas que vão ser solucionáveis com aquilo ali.

Eu sempre tenho um exemplo de uma mulher brasileira, o nome dela é Sandra Marchi, ela criou um projeto que chama See Color Linguagem Tátil, que criou uma linguagem, com Braille, para as pessoas entenderem as cores. É um relógio, como se fosse do lado direito as cores quentes, do lado esquerdo as frias, você tem todo o mapa das cores e, estou supondo aqui, mas é como se à uma da tarde fosse a cor vermelha. Se o ponteiro está em quinze para uma, indica que é vermelho intenso, se ele está uma e quinze é um vermelho aberto. Isso é para se ver a cor. Quando ela propôs, ela pensou em quem vai comprar um batom e tem deficiência visual: como saber a cor do batom que está na gaveta? Se é preto, azul, rosa ou vermelho? Como você sabe a cor da gravata? Como você sabe a cor do boné? Então ela criou esse Braille, essa linguagem, para entender as cores de uma forma que fossem pequenas, pois ao invés de você escrever “vermelho intenso”, tem uma tabela, uma linguagem. E ela entendeu que, para cada 10 homens, 2 são *colorblind*, daltônicos, então automaticamente, se ela colocar aquilo ali em um boné, se a pessoa é daltônica, ela conhece aquilo ali, ela vai conseguir comprar ou uma bermuda, sem que ela chegue em casa sem saber qual cor escolheu. Uma vez, meu tio chegou em casa com uma bermuda *pink*, cor de rosa, achando que era marrom, porque ele saiu para comprar uma bermuda marrom. Então, quando você cria uma solução, não é só aquilo ali, sabe, é muito mais.

**Gostaríamos ainda de perguntar sobre quais são os principais desafios da Moda Inclusiva hoje? Você já trouxe vários, mas procuramos aqui observar a questão ainda mais de perto. Você entende que políticas públicas de incentivo à produção de Moda Inclusiva podem colaborar, as empresas precisam buscar soluções de Moda Inclusiva por si mesmas (tecidos, modelagem, aviamentos, comunicação...), ou é o mercado consumidor que deve liderar essa mudança para mais inclusão na moda?**

Eu acho que tudo isso que você falou. Tudo isso. Tem que ter incentivo. Ontem mesmo eu estava falando com o pessoal de Luxemburgo, eles estavam me perguntando, e eu falei assim: eu acho que tem que ter um incentivo também para o consumidor, para as marcas e o incentivo do governo criando mais projetos, como esse de São Paulo e em outras capitais, para ensinar as marcas. Porque o que as marcas querem, é o que eu falo agora no projeto do Qatar, é que alguém venha e pegue elas pela mão e explique. Mas, não tem uma solução mágica: algo como você vai desenhar essa calça, dessa forma, e vai vender 1 milhão, pois não vai acontecer, não é assim. Então, as marcas têm também que fazer o dever de casa delas, porque elas têm que entender seu consumidor, quem é e qual a solução. Não é uma coisa também como o governo incentiva e a pessoa vai lá e faz algo que não é pensado. A marca

tem que pensar, ela tem que fazer a *research* dela, tem que fazer pesquisa, tem que conhecer, saber quanto é o mínimo que ela vai fazer, começar a fazer devagarinho e ir crescendo, entendendo o público, entendendo cores, entendendo dores, entendendo isso e aquilo, mas tem que ter essa disponibilidade do dono da marca, da pessoa, em querer entender sobre isso, sabe, e isso pode vir de várias formas.

**Queremos te agradecer muito e se você quiser dizer mais alguma coisa, por favor, fique à vontade.**

Eu acho que falamos tudo, né? Se deixar, eu fico falando até amanhã desse tema. É algo que me fascina. Eu acho que a moda bate em 100% da população, diferente do esporte, que bate de 20 a 30%. A moda realmente engloba todo mundo e ela tem um poder econômico muito forte, então ela tem uma forma de atuação que pode mudar a vida de muita gente mesmo. É uma indústria que pega todo mundo, todo mundo se veste. Mesmo quem pensa, “eu não sou *fashionable*”, vai escolher uma calça porque ela é confortável, ou se você está na fazenda, porque ela é verde, por exemplo. Sempre vai ter algo que você gostou ou que não gostou e um motivo, uma razão pela qual você escolheu. Eu sou apaixonada por moda, eu também gosto da parte educacional, mas eu acho que não é só a indústria da moda. A gente tem espaço para estar falando em todas as indústrias, para criar mais inclusão em todas elas, e por isso criamos a EnableRise, para estar falando sobre isso. Lógico que minha área de *expertise* é esportes e moda porque são as coisas que eu mais vivo no meu dia a dia. Mas, é isso, obrigada, vocês, pelo interesse, por estar realizando o contato, porque, como eu falei, o que precisamos é de pessoas aliadas, que estejam compartilhando, porque se não for assim, como vai ser?

*Muito obrigada.*

## Fontes

ARAÚJO, Maju. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/majudearaujo/?hl=en>. Acesso em: 26 mar. 2024.

AULER, Daniela. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/dauler/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

BECK, Gaia. LinkedIn. Disponível em: <https://uk.linkedin.com/in/gaia-beck-672bb13b>. Acesso em: 26 mar. 2024.

BRASIL Eco Fashion Week. Disponível em: <https://brasilecofashion.com.br/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

BULLOCK Inclusion. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/bullockinclusion/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

BULLOCK, Samanta. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/samantabullock/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

BULLOCK, Samanta. LinkedIn. Disponível em: <https://uk.linkedin.com/in/samanta-bullock-b0403a12>. Acesso em: 26 mar. 2024.

CHANNEL 4 launches period policy and partnership with WUKA. Channel 4. Disponível em: <https://www.channel4.com/press/news/channel-4-launches-period-policy-and-partnership-wuka-1>. Acesso em: 26 mar. 2024.

HUNT, Louis. Disponível em: <https://www.louisehunt.co.uk/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

KAR, Saumen. LinkedIn. Disponível em: <https://uk.linkedin.com/in/londonethnic>. Acesso em: 26 mar. 2024.

LEO Picon. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/leopicon/?hl=en>. Acesso em: 26 mar. 2024.

LONDON Fashion Week. Disponível em: <https://londonfashionweek.co.uk>. Acesso em: 24 mar. 2024.

LONDON Organic. Disponível em: <https://londonorganicbeauty.com/> Acesso em: 24 mar. 2024.

LONDON Represents. Disponível em: <https://www.londonrepresents.com/>. Acesso em: 24 mar. 2024.

LONDON Represents – London’s most ethical and inclusive fashion show. Darling Magazine. Disponível em: <https://darlingmagazine.co.uk/fashion/london-represents-londons-most-ethical-and-inclusive-fashion-show/>. Acesso em: 24 mar. 2024.

MARCHI, Sandra. LinkedIn. Disponível em: <https://br.linkedin.com/in/sandra-wt-marchi-3b58bb25>. Acesso em: 26 mar. 2024.

MARIANO, Lari. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/larimariano/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

MORGAN, Sophie. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/sophlmorg/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

OLÁ, eu sou a Samanta Bullock. Ecole Brasil. Disponível em: <https://ecolebrasil.com/sobre/professoras/samanta-bullock/>. Acesso em: 24 mar. 2024.

PALMA, Belly. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/bellypalma/?hl=en>. Acesso em: 26 mar. 2024.

PEQUENA LÔ. Instagram. Disponível em: [https://www.instagram.com/\\_pequenalo/](https://www.instagram.com/_pequenalo/). Acesso em: 26 mar. 2024.

ROCHA, Julio. Instagram. Disponível em: [https://www.instagram.com/juliorocha\\_/](https://www.instagram.com/juliorocha_/). Acesso em: 26 mar. 2024.

SÃO PAULO Fashion Week. Disponível em: <https://spfw.com.br/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

SB SHOP. Disponível em: <https://sbshop.co.uk/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

See Color Linguagem Tátil. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/seecolorlinguagemtatil/>. Acesso em: 26 mar. 2024

ZERO Project. Disponível em: <https://zeroproject.org/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

### **Agradecimentos**

Agradecemos imensamente a Samanta Bullock por gentil e prontamente aceitar nosso convite. Somos gratas também à Claudia Schemes e à Bruna Brogin por incentivarem e apoiarem a proposição e realização desta entrevista, pensada especialmente para integrar o dossiê, no qual Claudia, Bruna e Juliana Bortholuzzi são organizadoras.