


CULTURA E INCLUSÃO NO DESIGN DE PRODUTOS PARA MULHERES AUTISTAS: UMA ABORDAGEM ANTROPOLÓGICA

 <https://doi.org/10.56238/arev7n2-068>

Data de submissão: 07/01/2025

Data de publicação: 07/02/2025

Melissa Marcílio Batista

Tecnóloga em Processos Gerenciais pela Universidade de Santa Cecília e acadêmica da especialização em Antropologia na Faculdade Iguaçu (FI).

E-mail: m.lissa.marcilio@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3556-8479>

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/9733995262422995>

Annibal Gouvêa Franco

Mestre em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) e acadêmico da especialização em Antropologia na Faculdade Iguaçu (FI).

E-mail: francoartedesign@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9134-300X>

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/1388138609353813>

RESUMO

Este artigo analisa o design inclusivo voltado para mulheres autistas sob uma perspectiva antropológica crítica. Argumenta-se que abordagens universalistas frequentemente desconsideram as especificidades de gênero e cultura, resultando em exclusões que perpetuam desigualdades estruturais. Com base em autores como Geertz (2008), Lévi-Strauss (2008) e Moore (1989), destaca-se que produtos não são apenas ferramentas funcionais, mas carregam significados simbólicos que moldam pertencimentos e identidades. O trabalho sugere que práticas culturalmente conscientes e interseccionais são essenciais para reconfigurar os sistemas simbólicos e promover inclusão de forma ética e efetiva. Além disso, propõe metodologias participativas como caminho para o desenvolvimento de soluções sensíveis às vivências e necessidades das mulheres autistas, transcendendo adaptações técnicas e dialogando com as experiências sociais e culturais do grupo.

Palavras-chave: Antropologia. Cultura. Design Inclusivo. Interseccionalidade. Mulheres Autistas.

1 INTRODUÇÃO

O design inclusivo tem se consolidado como uma abordagem fundamental para garantir acessibilidade e equidade no desenvolvimento de produtos e serviços. Esse conceito, que surge como resposta às demandas por uma sociedade mais justa, busca promover a inclusão de todos os indivíduos, independentemente de suas condições físicas, cognitivas ou sociais. No entanto, embora essa prática tenha avançado significativamente em diversos campos, ainda há um longo caminho a percorrer para que se alcance uma inclusão efetiva, especialmente em relação a grupos historicamente marginalizados, como as mulheres autistas.

O conceito de design inclusivo está diretamente ligado ao movimento por direitos das pessoas com deficiência e à necessidade de adaptar produtos e serviços para atender às suas especificidades. Todavia, o que se observa é que grande parte dessas iniciativas adota uma perspectiva universalista, sem considerar as nuances culturais e de gênero que influenciam a maneira como diferentes grupos interagem com produtos e tecnologias. Essa perspectiva acaba desconsiderando a diversidade de experiências, o que compromete a efetividade das propostas inclusivas.

Essa abordagem é particularmente problemática quando se trata do público autista. Historicamente, os estudos sobre autismo focaram, majoritariamente, em padrões masculinos, resultando em critérios diagnósticos que não refletem as experiências femininas. Segundo Hull *et al.* (2017) e Lai *et al.* (2015), as mulheres autistas frequentemente apresentam características comportamentais distintas das dos homens, o que leva a um diagnóstico tardio ou incorreto. Essa invisibilidade diagnóstica impacta diretamente as políticas públicas, a criação de produtos e a prestação de serviços destinados a essa população.

O manual DSM-5-TR (American Psychiatric Association, 2022) reforça que a padronização diagnóstica historicamente privilegiou critérios que enfatizam traços mais observáveis em homens, negligenciando as expressões mais sutis do transtorno presentes em mulheres. Esse viés influencia não apenas a forma como o autismo é diagnosticado, mas também como são desenvolvidas soluções de design para pessoas autistas. Nesse contexto, as mulheres autistas permanecem marginalizadas em projetos que, supostamente, deveriam atender suas necessidades.

Sob uma perspectiva antropológica, é possível questionar essa abordagem homogeneizadora do design inclusivo. Como Clifford Geertz (2008) argumenta, a cultura deve ser vista como um sistema de significados compartilhados que orienta a experiência humana. Produtos e tecnologias não são neutros; eles carregam valores culturais, que influenciam a maneira como as pessoas se relacionam com o mundo ao seu redor. Portanto, para que um design seja verdadeiramente inclusivo, ele deve considerar as especificidades culturais e sociais dos grupos que pretende atender.

Mary Douglas (1996), ao discutir o consumo como prática cultural, aponta que os bens materiais são utilizados para marcar identidades sociais e posicionamentos culturais. Assim, produtos destinados a mulheres autistas devem ser concebidos não apenas como ferramentas funcionais, mas como objetos que reconhecem e respeitam suas identidades culturais e de gênero. Essa abordagem amplia o escopo do design inclusivo, levando em consideração não apenas aspectos técnicos, mas também as práticas sociais que envolvem o uso dos produtos.

Henrietta L. Moore (1988) destaca que a crítica feminista dentro da antropologia não deve se limitar à inclusão de mulheres nas narrativas existentes, mas precisa reestruturar as próprias categorias analíticas utilizadas para compreender as sociedades. Aplicada ao design, essa crítica implica na necessidade de abandonar paradigmas universalistas que desconsideram as diferenças de gênero e adotar uma abordagem mais interseccional e culturalmente consciente.

Por fim, Lélia Gonzales (1984) reforça que as estruturas sociais e culturais são construídas a partir de uma lógica que marginaliza determinados grupos, como mulheres e pessoas racializadas. Nesse sentido, o design inclusivo precisa ser repensado sob uma ótica crítica, considerando como as desigualdades sociais e culturais afetam a experiência de diferentes grupos em sua interação com produtos e serviços.

Este artigo propõe uma análise antropológica do design inclusivo voltado para mulheres autistas, considerando as dimensões culturais e simbólicas que moldam suas interações com produtos e serviços. A partir de uma revisão crítica da literatura e de estudos de caso, pretende-se discutir como o design pode deixar de ser uma prática meramente funcional para se tornar um campo sensível às diferenças culturais e de gênero, promovendo a inclusão de forma efetiva e ética.

2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo é de caráter qualitativo e interdisciplinar, fundamentada em uma revisão bibliográfica que integra contribuições da antropologia cultural, dos estudos de gênero e da psicologia do autismo. Essa abordagem metodológica visa articular teorias antropológicas sobre cultura e consumo com as discussões contemporâneas sobre design inclusivo, considerando as especificidades das mulheres autistas.

Para a realização da revisão bibliográfica, foram selecionadas obras de autores que discutem as relações entre cultura, identidade e consumo, como Geertz (2008), Douglas e Isherwood (1996) e Lévi-Strauss (2008). Também foram consideradas contribuições de autoras que destacam perspectivas críticas sobre gênero, raça e interseccionalidade, como Gonzales (1984) e Lugones (2014).

No campo dos estudos sobre autismo, foram utilizados os trabalhos de Hull *et al.* (2017), Frazier *et al.* (2014) e Lai *et al.* (2015), que abordam diferenças comportamentais e cognitivas entre os gêneros no espectro autista, além do manual DSM-5-TR (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2022), que estabelece critérios diagnósticos que influenciam as políticas públicas e práticas inclusivas.

No contexto do design inclusivo, foram utilizados os estudos de Singer *et al.* (2014) sobre os limites do Universal Design e de Sanchez *et al.* (2023), que destacam a importância de considerar as experiências culturais e sociais dos usuários na criação de soluções inclusivas. Por fim, o eBook Design e Gênero (SOUZA *et al.*, 2024) reforça a necessidade de um design que respeite as identidades e preferências dos usuários, promovendo a inclusão de forma ética e culturalmente consciente.

A proposta metodológica parte do pressuposto de que o design inclusivo é um processo culturalmente situado, exigindo uma análise crítica das práticas normativas que moldam o desenvolvimento de produtos e serviços. Nesse sentido, a metodologia envolve a interpretação das teorias culturais como sistemas de significados compartilhados, conforme sugerido por Geertz (2008), e a análise das práticas de consumo descritas por Douglas e Isherwood (1996).

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

Este referencial teórico baseia-se em uma abordagem interdisciplinar que integra conceitos da antropologia cultural, dos estudos de gênero e da psicologia do autismo. As teorias apresentadas por autores como Geertz (2008), Gonzales (1984), Douglas e Isherwood (1996) e Moore (1989) trazem contribuições fundamentais para a compreensão das relações entre cultura, consumo e identidade de gênero. Por meio dessa perspectiva, pretende-se destacar que o design inclusivo não deve ser entendido apenas como uma prática técnica, mas como um campo profundamente influenciado por valores sociais e culturais.

A análise considera também estudos contemporâneos sobre autismo, como os trabalhos de Hull *et al.* (2017), que abordam diferenças comportamentais e cognitivas entre os gêneros no espectro autista, e de Lai *et al.* (2015), que discutem os desafios de diagnóstico do autismo em mulheres. Além disso, o manual DSM-5-TR (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2022) é utilizado para destacar como os critérios diagnósticos historicamente privilegiaram padrões masculinos, negligenciando as expressões mais sutis do transtorno presentes em mulheres.

Além das questões de diagnóstico, o referencial teórico incorpora discussões sobre consumo e identidade cultural no contexto do design, com base nas ideias de Lévi-Strauss (2008) e nas análises de Singer *et al.* (2014) sobre design inclusivo e acessibilidade. O trabalho de Sanches *et al.* (2023)

fornece exemplos práticos de projetos de design inclusivo e como eles podem ser adaptados para atender questões de gênero. Ainda, os estudos de FRAZIER *et al.* (2014), destacam a importância de considerar características específicas de mulheres autistas no desenvolvimento de políticas públicas e produtos acessíveis.

Por fim, o artigo de Gonzales (1984) e o ensaio de Lugones (2014) reforçam a necessidade de uma abordagem crítica que considere as interseccionalidades entre gênero, raça e cultura na construção de produtos e serviços inclusivos. A combinação dessas referências teóricas visa construir um olhar crítico e inovador sobre o design inclusivo, propondo um modelo que respeite as diferenças culturais e promova a equidade de maneira efetiva.

2.2 DIAGNÓSTICO ANTROPOLÓGICO DO DESIGN INCLUSIVO PARA MULHERES AUTISTAS

O diagnóstico do transtorno do espectro autista (TEA) foi historicamente construído com base em estudos predominantes sobre meninos e homens, o que resultou em critérios diagnósticos enviesados que ignoram características mais comuns em mulheres (HULL *et al.*, 2017). Segundo os autores, essa diferença gera um problema estrutural nos sistemas de saúde e educação, uma vez que muitas mulheres autistas permanecem invisíveis no processo de diagnóstico.

Frazier *et al.* (2014) afirmam que as mulheres no espectro apresentam traços comportamentais distintos dos homens, como uma maior tendência à camuflagem social, que consiste em mascarar dificuldades sociais para se adaptar às expectativas sociais normativas. Essa capacidade de disfarçar sintomas pode dificultar o diagnóstico, principalmente em contextos onde os critérios usados se baseiam em comportamentos tipicamente masculinos. Esse fator gera consequências graves, como diagnósticos tardios ou incorretos e a falta de acesso a serviços adequados.

De acordo com Lai *et al.* (2015), a padronização diagnóstica que privilegia o perfil masculino no autismo reflete um problema mais amplo, relacionado à forma como as diferenças de gênero são compreendidas. Os autores destacam que mulheres autistas tendem a apresentar interesses e comportamentos alinhados às normas sociais esperadas de mulheres, o que faz com que os sintomas sejam frequentemente ignorados ou atribuídos a outras condições, como ansiedade ou depressão.

Essa questão é reforçada no DSM-5-TR (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2022), que apresenta critérios diagnósticos que enfatizam déficits de comunicação social e comportamentos repetitivos e restritos, os quais são frequentemente mais visíveis em meninos. No entanto, como destacado por Hull *et al.* (2017), esses critérios não contemplam adequadamente as expressões mais sutis do transtorno, que são mais comuns em mulheres. Isso resulta em uma

invisibilidade diagnóstica, que impacta diretamente a inclusão dessas mulheres em políticas públicas e no desenvolvimento de produtos e serviços.

A análise de Claude Lévi-Strauss (2008) contribui para compreender o impacto dessa invisibilidade diagnóstica a partir da ideia de que as sociedades constroem sistemas classificatórios que organizam o mundo social por meio de categorias culturais, que definem quem pertence a determinado grupo e quem é excluído. No caso do autismo, os critérios diagnósticos predominantes podem ser vistos como categorias classificatórias, que acabam por excluir as mulheres autistas ao desconsiderar suas experiências específicas. Esse sistema classificatório não é neutro; ele reflete normas culturais e sociais que, ao longo do tempo, reforçaram a percepção de que o autismo é um transtorno predominantemente masculino.

No contexto do design inclusivo, essa lógica classificatória também é reproduzida nas práticas de criação de produtos e serviços. Conforme apontam Frazier *et al.* (2014), a falta de dados sobre as experiências femininas no espectro autista faz com que muitas iniciativas de design sejam baseadas em perfis masculinos, desconsiderando as necessidades e preferências específicas das mulheres autistas. Essa exclusão pode ser interpretada como parte de um sistema classificatório que, segundo Lévi-Strauss (2008), contribui para reforçar hierarquias sociais e culturais.

Lévi-Strauss argumenta que as classificações sociais são utilizadas para organizar a experiência humana e definir o que é considerado normal ou desviante em uma sociedade. No caso das mulheres autistas, a invisibilidade diagnóstica pode ser vista como uma forma de classificação que marginaliza suas experiências, ao não reconhecê-las como parte legítima do espectro autista. Isso implica que o design inclusivo deve romper com essas classificações normativas, propondo soluções que reconheçam a diversidade dentro do espectro e valorizem as especificidades culturais e de gênero.

Por fim, Lai *et al.* (2015) ressaltam que o diagnóstico de autismo deve ser visto como um processo contínuo e culturalmente situado, que precisa levar em conta as especificidades de gênero e contexto social. Aplicada ao design inclusivo, essa perspectiva reforça que as soluções desenvolvidas precisam ser baseadas em evidências culturais que considerem as múltiplas formas de ser e estar no mundo, rompendo com práticas homogeneizadoras que perpetuam a exclusão de grupos minoritários.

2.3 PROPOSTA DE DESIGN INCLUSIVO CULTURALMENTE CONSCIENTE

O conceito de design inclusivo é amplamente difundido como uma abordagem que visa garantir o acesso de todos os indivíduos a produtos e serviços, independentemente de suas condições físicas, cognitivas ou sociais (SINGER *et al.*, 2014). No entanto, essa prática frequentemente desconsidera as diferenças culturais e de gênero, adotando um modelo universalista que pode ser

insuficiente para atender às necessidades específicas de grupos historicamente marginalizados, como as mulheres autistas (SANCHES *et al.*, 2023).

Sanches *et al.* (2023) destacam que o design inclusivo, para ser eficaz, deve ir além da funcionalidade e considerar também os aspectos culturais e simbólicos que influenciam a experiência dos usuários. No caso das mulheres autistas, é fundamental que o design reconheça suas identidades culturais e as especificidades de gênero, a fim de evitar soluções generalistas que reforcem práticas excludentes.

Singer *et al.* (2014) argumentam que o modelo de Universal Design, embora importante para ampliar a acessibilidade, apresenta limitações ao desconsiderar as particularidades dos diferentes grupos sociais. Segundo os autores, para que o design inclusivo seja realmente eficaz, ele deve ser culturalmente consciente, ou seja, considerar as relações sociais, culturais e de gênero que moldam a interação dos indivíduos com produtos e tecnologias.

No contexto do design de produtos para mulheres autistas, essa abordagem é particularmente importante. Como observado por Souza *et al.* (2024) no eBook Design e Gênero, a criação de soluções inclusivas deve levar em conta as experiências subjetivas dos usuários, respeitando suas preferências e valores culturais. As autoras afirmam que um design que ignore essas especificidades corre o risco de perpetuar estereótipos de gênero e práticas excludentes, o que compromete a efetividade das propostas inclusivas.

Uma proposta de design inclusivo culturalmente consciente parte do princípio de que as soluções devem ser desenvolvidas em diálogo com as experiências culturais e sociais dos usuários, respeitando suas identidades e necessidades específicas. Essa abordagem implica em uma revisão dos paradigmas universalistas que, embora busquem a inclusão, muitas vezes desconsideram as diferenças individuais presentes em grupos diversos.

Singer *et al.* (2014) também ressaltam a importância de considerar os valores simbólicos atribuídos aos objetos. No caso das mulheres autistas, produtos e serviços que levam em conta suas experiências culturais e sociais têm um potencial maior de promover inclusão real, ao oferecer soluções que não apenas atendam suas necessidades funcionais, mas também respeitem suas identidades e preferências pessoais.

Sanches *et al.* (2023) sugerem que um design inclusivo eficaz para mulheres autistas deve considerar aspectos sensoriais, preferências estéticas e modos de uso, que muitas vezes diferem daqueles considerados nos projetos convencionais. Isso implica em uma mudança de perspectiva, em que o design deixa de ser apenas uma prática técnica e passa a ser visto como uma prática culturalmente situada.

Por fim, Souza *et al.* (2024) afirmam que o design inclusivo culturalmente consciente requer um diálogo constante com os usuários e um reconhecimento das relações de poder que influenciam a forma como produtos e serviços são criados e utilizados. Essa proposta busca romper com os paradigmas universalistas, promovendo um design que valorize as diferenças culturais, sociais e de gênero, garantindo que as mulheres autistas sejam representadas e incluídas de forma efetiva e ética.

2.4 DISCUSSÃO: ENTRE CULTURA E CONSUMO

A relação entre cultura e consumo é um tema amplamente discutido na antropologia, especialmente no que diz respeito à forma como os bens materiais são utilizados para comunicar identidades sociais e marcar distinções culturais. Mary Douglas e Baron Isherwood (1996) afirmam que o consumo vai além do uso funcional de produtos; ele carrega significados simbólicos que refletem as estruturas sociais e as relações de poder dentro de uma sociedade. No contexto do design inclusivo, essa abordagem implica que os produtos destinados a mulheres autistas não devem ser vistos apenas como ferramentas de acessibilidade, mas como objetos culturais que comunicam valores e identidades.

De acordo com Douglas e Isherwood (1996), os bens materiais são utilizados para reforçar pertencimentos sociais e para distinguir grupos dentro de uma sociedade. Isso significa que o design de produtos para mulheres autistas deve considerar as particularidades culturais desse grupo, criando soluções que respeitem suas experiências e reconheçam suas identidades sociais. Ignorar essa dimensão cultural pode levar à criação de produtos que, embora tecnicamente acessíveis, não atendem às necessidades simbólicas e identitárias das usuárias.

A perspectiva de Claude Lévi-Strauss (2008) complementa essa discussão ao argumentar que os objetos materiais não são neutros, mas funcionam como categorias classificatórias que ajudam a organizar o mundo social. Segundo Lévi-Strauss, as sociedades constroem sistemas de classificação cultural, nos quais os bens materiais são utilizados para definir quem pertence a determinado grupo e quem é excluído. No contexto do consumo, os produtos carregam significados que reforçam normas culturais e podem tanto incluir quanto marginalizar determinados grupos. Aplicado ao design inclusivo, isso implica que os produtos destinados a mulheres autistas precisam ser pensados como ferramentas que rompam com classificações normativas que perpetuam a exclusão.

Essa abordagem destaca que as práticas de consumo não são universais, mas estão profundamente influenciadas pelas experiências culturais e sociais dos indivíduos. No caso das mulheres autistas, é importante reconhecer que suas interações com os produtos podem ser diferentes das interações de outros grupos, uma vez que muitas dessas mulheres enfrentam desafios sensoriais e

sociais que influenciam suas preferências por determinados produtos. Segundo Frazier *et al.* (2014), as mulheres autistas tendem a apresentar interesses específicos e sensibilidades sensoriais que impactam suas escolhas de consumo. Esses aspectos precisam ser considerados no desenvolvimento de produtos, para que as soluções propostas realmente atendam às necessidades específicas desse grupo.

Clifford Geertz (2008) reforça essa perspectiva ao argumentar que a cultura é um sistema de significados compartilhados, e que as práticas culturais devem ser vistas como textos que podem ser interpretados. Aplicada ao design inclusivo, essa abordagem sugere que os produtos desenvolvidos para mulheres autistas devem ser analisados como textos culturais, que comunicam significados específicos e refletem valores sociais. Nesse sentido, um design que não leve em consideração as experiências culturais das mulheres autistas pode acabar reproduzindo valores normativos que excluem essas identidades.

Mary Douglas (1996) destaca que o consumo é uma forma de comunicação social, utilizada para marcar diferenças e para reforçar pertencimentos. Isso implica que produtos destinados a mulheres autistas devem ser concebidos não apenas como ferramentas funcionais, mas como objetos que comunicam pertencimento e identidade. Por exemplo, um produto de design inclusivo para mulheres autistas que considere suas preferências estéticas e sensoriais pode ajudar a reforçar a sensação de pertencimento e aceitação social, enquanto um produto que ignore essas especificidades pode reforçar a sensação de isolamento e exclusão.

Por outro lado, Lugones (2014) contribui para essa discussão ao afirmar que as práticas culturais estão intrinsecamente ligadas às relações de poder. Segundo a autora, os produtos e tecnologias desenvolvidos dentro de um contexto social refletem as estruturas de poder e os valores predominantes daquela sociedade. No caso do design inclusivo, é necessário questionar quais valores e normas estão sendo reproduzidos nos produtos destinados a mulheres autistas, para garantir que essas soluções não perpetuem práticas excludentes.

Por fim, tanto Douglas e Isherwood (1996) quanto Lévi-Strauss (2008) sugerem que o design de produtos deve levar em consideração as práticas sociais e culturais que envolvem o uso desses produtos, incluindo a forma como eles são percebidos e interpretados pelos usuários. Isso reforça a necessidade de um design culturalmente consciente, que vá além da acessibilidade técnica e considere as experiências culturais e identitárias dos grupos atendidos. Conforme observado por Lévi-Strauss, os objetos podem funcionar como categorias classificatórias que, quando utilizados de forma sensível às experiências sociais, podem promover pertencimento e inclusão.

3 DISCUSSÃO: ENTRE CULTURA, GÊNERO E DESIGN INCLUSIVO

A relação entre cultura, gênero e design inclusivo é multifacetada e requer uma análise que considere os aspectos sociais e simbólicos envolvidos no processo de criação de produtos e serviços. Sob uma perspectiva antropológica, o design não pode ser entendido apenas como uma prática técnica que visa à funcionalidade, mas como um campo culturalmente situado, carregado de valores, significados e normas sociais que moldam a experiência humana.

Segundo Clifford Geertz (2008), a cultura deve ser vista como um sistema de significados compartilhados, no qual os objetos e as práticas sociais são interpretados pelos indivíduos com base em seus contextos culturais. No caso do design inclusivo, isso implica que os produtos destinados a grupos marginalizados, como as mulheres autistas, devem ser desenvolvidos com um entendimento profundo das experiências culturais específicas desses grupos. Geertz sugere que o design pode ser analisado como um texto cultural, que comunica mensagens sobre inclusão, pertencimento e identidade.

No entanto, como apontam Mary Douglas e Baron Isherwood (1996), os bens materiais não são apenas ferramentas funcionais, mas também marcadores de status social e identidade. O consumo de produtos é uma forma de comunicação que reflete as relações sociais dentro de uma sociedade. Para que o design inclusivo seja realmente eficaz, ele deve levar em consideração as diferenças culturais e de gênero que moldam a forma como os indivíduos interagem com produtos e tecnologias. Isso significa que os produtos destinados a mulheres autistas precisam respeitar suas especificidades culturais e identitárias, oferecendo soluções que vão além da acessibilidade técnica.

A análise de Claude Lévi-Strauss (2008) sobre sistemas classificatórios é especialmente relevante nesse contexto. Segundo o autor, as sociedades organizam o mundo por meio de categorias culturais que determinam quem pertence a determinado grupo e quem é excluído. No caso do autismo, os critérios diagnósticos e as práticas de design frequentemente funcionam como sistemas classificatórios que marginalizam mulheres autistas, ao ignorar suas experiências específicas. O desafio do design inclusivo, portanto, é romper com essas categorias excludentes e criar soluções que reconheçam a diversidade de experiências humanas.

De acordo com Sanchez *et al.* (2023), as iniciativas de design inclusivo precisam ir além da funcionalidade técnica e adotar uma abordagem que considere as diferenças culturais e sociais dos usuários. No caso das mulheres autistas, isso implica criar produtos que reconheçam suas identidades culturais e específicas de gênero, evitando soluções generalistas que reforcem práticas excludentes. Essa perspectiva reforça a importância de um design culturalmente consciente, que vá além das

adaptações técnicas e considere os aspectos simbólicos e sociais que influenciam a maneira como os usuários interagem com produtos e serviços.

No campo dos estudos de gênero, Henrietta L. Moore (1989) reforça que as categorias analíticas utilizadas para compreender a sociedade precisam ser reestruturadas para incluir as experiências das mulheres, especialmente as mulheres autistas. Moore argumenta que a crítica feminista deve questionar as narrativas universalistas que desconsideram as diferenças de gênero e adotar uma abordagem que valorize a interseccionalidade — ou seja, que considere como fatores como gênero, raça e classe interagem para moldar a experiência de diferentes grupos sociais.

Conforme apontam Souza *et al.* (2024), o design inclusivo deve ser um processo dialógico, que envolva os próprios usuários na criação de soluções. Isso é especialmente importante para mulheres autistas, cujas experiências subjetivas são frequentemente negligenciadas nos processos de design. A inclusão dessas experiências contribui para um design que não apenas promove acessibilidade, mas também respeita e reforça as identidades culturais das usuárias. Tal proposta se alinha à necessidade de romper com práticas homogeneizadoras que desconsideram as especificidades de diferentes grupos.

Por fim, María Lugones (2014) contribui com uma reflexão importante sobre interseccionalidade e poder. Segundo a autora, as práticas culturais estão intrinsecamente ligadas às relações de poder, e o design inclusivo não é uma exceção. Produtos e tecnologias desenvolvidos dentro de um contexto cultural específico carregam valores e normas sociais que podem tanto promover inclusão quanto perpetuar exclusão. No caso das mulheres autistas, é fundamental que o design reconheça as relações de poder que influenciam suas experiências, criando soluções que rompam com práticas excludentes.

Assim, a discussão entre cultura, gênero e design inclusivo destaca que o design não é neutro, mas um campo profundamente influenciado por normas culturais e sociais. Para que o design inclusivo atenda às necessidades das mulheres autistas, ele precisa ser culturalmente consciente, reconhecendo as especificidades de gênero e rompendo com as categorias normativas que perpetuam a exclusão social.

3.1 CULTURA E DESIGN INCLUSIVO: UMA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA

O design inclusivo, sob a ótica antropológica, não pode ser visto apenas como uma prática técnica destinada a garantir acessibilidade funcional. Conforme argumenta Clifford Geertz (2008), a cultura é um sistema de significados compartilhados que orienta a maneira como os indivíduos interpretam e interagem com o mundo ao seu redor. Aplicar essa perspectiva ao design implica

compreender que os produtos desenvolvidos em um determinado contexto social carregam valores culturais e simbólicos que moldam as experiências dos usuários.

Para Lévi-Strauss (2008), as sociedades humanas constroem sistemas classificatórios que organizam o mundo social a partir de categorias culturais. No campo do design inclusivo, esses sistemas classificatórios são frequentemente reproduzidos nas práticas de criação de produtos e serviços, estabelecendo normas que acabam por reforçar exclusões. No caso das mulheres autistas, por exemplo, as categorias utilizadas nos critérios diagnósticos ou nos projetos de design tendem a ignorar suas experiências específicas, perpetuando uma lógica normativa que privilegia o masculino como padrão.

De acordo com Douglas e Isherwood (1996), os objetos materiais não são neutros; eles comunicam significados e reforçam pertencimentos sociais. No caso do design inclusivo, isso significa que os produtos destinados a mulheres autistas devem ser pensados como ferramentas culturais que reconhecem e respeitam suas identidades sociais e de gênero. Criar soluções que desconsiderem esses aspectos culturais pode resultar em iniciativas que, embora acessíveis do ponto de vista técnico, falhem em promover uma inclusão efetiva.

Por fim, Moore (1989) argumenta que as categorias analíticas utilizadas para compreender as sociedades precisam ser reestruturadas para incluir as experiências das mulheres. Essa crítica feminista aplicada ao design sugere que é necessário abandonar paradigmas universalistas que desconsideram as diferenças de gênero, promovendo um design que valorize a diversidade cultural e as especificidades dos diferentes grupos sociais.

3.2 INVISIBILIDADE DIAGNÓSTICA E QUESTÕES DE GÊNERO NO AUTISMO

A invisibilidade diagnóstica das mulheres autistas é um fenômeno que reflete um problema estrutural nas práticas médicas e sociais, amplamente influenciado por categorias culturais que moldam a forma como o autismo é percebido e identificado. Historicamente, o diagnóstico do transtorno do espectro autista (TEA) foi desenvolvido com base em estudos predominantes sobre meninos e homens, o que gerou critérios diagnósticos enviesados, que desconsideram as experiências femininas (HULL *et al.*, 2017). Esse viés masculino tem profundas implicações sociais, uma vez que muitas mulheres autistas permanecem invisíveis em sistemas de saúde, educação e nas políticas públicas de inclusão.

De acordo com Frazier *et al.* (2014), as mulheres autistas apresentam comportamentos que muitas vezes passam despercebidos nos critérios diagnósticos tradicionais, como a capacidade de "camuflagem social", que consiste em mascarar dificuldades sociais para se adequar às normas sociais

estabelecidas. Essa habilidade de disfarçar os sintomas é culturalmente reforçada por expectativas de gênero que exigem que as mulheres demonstrem habilidades sociais mais sofisticadas em comparação aos homens. O resultado é que muitas mulheres autistas são diagnosticadas tardiamente ou recebem diagnósticos equivocados de transtornos como depressão ou ansiedade, o que reforça sua exclusão dos serviços apropriados.

Essa questão é reforçada pelo DSM-5-TR (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2022), que apresenta critérios diagnósticos que enfatizam características mais visíveis em meninos, como déficits de comunicação social e comportamentos repetitivos. No entanto, esses critérios não consideram adequadamente as expressões mais sutis do transtorno observadas em mulheres, como interesses sociais mais alinhados às expectativas normativas de gênero. Esse viés diagnóstico não é neutro; ele reflete normas culturais que reforçam uma hierarquia de gênero que posiciona o masculino como padrão.

A perspectiva antropológica de Claude Lévi-Strauss (2008) sobre sistemas classificatórios ajuda a compreender como essas categorias diagnósticas funcionam como formas de exclusão. Segundo o autor, as sociedades criam classificações culturais que organizam o mundo social e definem quem pertence a determinado grupo e quem é marginalizado. No caso das mulheres autistas, os critérios diagnósticos funcionam como sistemas classificatórios que as excluem, ao desconsiderar suas especificidades. Esse processo não é apenas técnico, mas também cultural, e reproduz desigualdades estruturais baseadas em gênero.

Lai *et al.* (2015) destacam que a padronização diagnóstica que privilegia o perfil masculino no autismo precisa ser revisada para contemplar as diferenças de gênero. Segundo os autores, mulheres autistas apresentam interesses e comportamentos que estão mais alinhados às normas sociais esperadas de mulheres, o que faz com que seus sintomas sejam frequentemente ignorados ou minimizados. Essa invisibilidade diagnóstica tem consequências práticas, não apenas para o acesso a serviços de saúde, mas também para o desenvolvimento de soluções de design inclusivo que atendam às necessidades específicas das mulheres autistas.

A crítica feminista trazida por Henrietta L. Moore (1989) reforça a necessidade de reestruturar as categorias analíticas utilizadas para compreender o autismo e o gênero. Moore argumenta que é necessário abandonar narrativas universalistas que desconsideram as diferenças de gênero e adotar uma abordagem interseccional, que leve em conta as múltiplas formas de exclusão social. Aplicado ao design inclusivo, isso significa que os produtos e serviços desenvolvidos para pessoas autistas devem reconhecer a diversidade de experiências dentro do espectro autista e, principalmente, respeitar as especificidades de gênero.

Por fim, Sanches *et al.* (2023) destacam que o design inclusivo precisa reconhecer que a exclusão social é culturalmente construída. Segundo os autores, os projetos de design que não consideram as diferenças de gênero tendem a perpetuar práticas excludentes. No caso das mulheres autistas, essa exclusão é reforçada pela invisibilidade diagnóstica, que limita seu acesso a serviços e produtos adequados. Portanto, o design inclusivo deve ser culturalmente consciente, rompendo com as categorias normativas que perpetuam a marginalização das mulheres autistas.

Assim, a invisibilidade diagnóstica das mulheres autistas deve ser entendida não apenas como um problema médico, mas como uma questão social e cultural que reflete normas de gênero profundamente arraigadas. Uma abordagem antropológica crítica pode contribuir para romper com essas normas, propondo soluções inclusivas que respeitem a diversidade de experiências dentro do espectro autista e que promovam a equidade de gênero em todas as esferas da sociedade.

3.3 CONSUMO E IDENTIDADE CULTURAL NO DESIGN INCLUSIVO

O consumo é uma prática cultural que vai além do uso funcional de produtos, servindo como um meio de comunicação que reforça identidades sociais e culturais (DOUGLAS; ISHERWOOD, 1996). No contexto do design inclusivo, essa perspectiva antropológica implica que os produtos destinados a grupos marginalizados, como as mulheres autistas, não devem ser concebidos apenas como ferramentas de acessibilidade, mas como objetos que reconhecem e reforçam suas identidades culturais. Um design que ignora as especificidades culturais e de gênero tende a reproduzir práticas normativas que perpetuam a exclusão.

De acordo com Lévi-Strauss (2008), os objetos materiais funcionam como categorias classificatórias que ajudam a organizar o mundo social. No caso das mulheres autistas, as práticas de consumo podem diferir das experiências de outros grupos, uma vez que muitas delas apresentam sensibilidades sensoriais específicas e preferências que não são consideradas em projetos de design baseados em perfis masculinos (Frazier *et al.* 2014). Esses produtos, ao não contemplarem essas experiências, reforçam um sistema classificatório que as posiciona como “desviantes” das normas sociais, reforçando sua exclusão.

Douglas e Isherwood (1996) destacam que o consumo de bens materiais não é um ato neutro, mas um processo simbólico que comunica pertencimento e identidade. Produtos destinados a mulheres autistas devem, portanto, levar em consideração suas experiências subjetivas, para que possam se sentir representadas e incluídas socialmente. Por exemplo, objetos de uso cotidiano que respeitem suas sensibilidades sensoriais e estéticas podem ajudar a reforçar seu pertencimento a uma comunidade, enquanto produtos que ignoram essas especificidades podem reforçar a sensação de isolamento.

Clifford Geertz (2008) sugere que os objetos de consumo podem ser analisados como textos culturais, que comunicam significados sobre quem pertence a um grupo social e quais valores são privilegiados em uma determinada sociedade. No caso das mulheres autistas, um design que respeite suas identidades culturais pode ser visto como um ato de inclusão simbólica, que reconhece sua legitimidade como parte de uma comunidade social mais ampla. Geertz argumenta que a cultura é um sistema de significados compartilhados, e que, para que um produto seja verdadeiramente inclusivo, ele precisa refletir os significados culturais de seus usuários.

A relação entre consumo e identidade também envolve questões de poder e exclusão. Lugones (2014) argumenta que as práticas culturais estão intrinsecamente ligadas às relações de poder, e que o consumo pode ser utilizado como uma ferramenta para reforçar desigualdades sociais. No caso das mulheres autistas, produtos que não respeitam suas experiências culturais podem perpetuar a exclusão social, ao reforçar normas que as posicionam como “fora do padrão”. Um design inclusivo que considere essas questões pode ajudar a romper com práticas excludentes, criando produtos que promovam pertencimento e reconhecimento.

Por fim, conforme apontam Souza *et al.* (2024), o design inclusivo precisa ser um processo dialogado, que envolva os próprios usuários no desenvolvimento de soluções. Isso é especialmente importante para mulheres autistas, cujas experiências subjetivas são frequentemente ignoradas nos processos de criação de produtos. Incluir suas perspectivas nas decisões de design contribui para o desenvolvimento de objetos que não apenas atendam às necessidades funcionais, mas que também respeitem e reforcem suas identidades culturais, promovendo uma inclusão que vai além do aspecto técnico.

Portanto, a relação entre consumo e identidade cultural no design inclusivo destaca que os produtos criados para mulheres autistas precisam ser culturalmente conscientes, reconhecendo suas especificidades de gênero e rompendo com categorias normativas que perpetuam a exclusão.

3.4 PRÁTICAS INCLUSIVAS SOB UMA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA CRÍTICA

As práticas de design inclusivo devem ser compreendidas como processos culturalmente situados, influenciados por normas sociais, valores simbólicos e relações de poder que moldam as experiências humanas. Sob a ótica antropológica, o design transcende sua função técnica e assume um papel central como fenômeno cultural que tanto reflete quanto reproduz as estruturas sociais existentes. Para que o design inclusivo seja efetivo, ele precisa romper com as categorias classificatórias que sustentam desigualdades e promover soluções que respeitem a diversidade das experiências culturais e sociais.

De acordo com Lugones (2014), as práticas culturais estão intrinsecamente ligadas às relações de poder, sendo utilizadas para reforçar hierarquias sociais ou, ao contrário, desafiá-las. No campo do design inclusivo, essa perspectiva implica questionar quais normas e valores estão sendo reproduzidos nos produtos e serviços destinados a grupos historicamente marginalizados, como as mulheres autistas. Lugones enfatiza que é necessário considerar as interseccionalidades entre gênero, raça e classe nas práticas culturais, reconhecendo que as opressões operam em múltiplos níveis. Assim, um design inclusivo que desconsidere essas dimensões corre o risco de perpetuar exclusões estruturais.

A análise de Lévi-Strauss (2008) sobre os sistemas classificatórios complementa essa discussão ao evidenciar que as sociedades humanas organizam o mundo social a partir de categorias culturais que determinam quem pertence a um grupo e quem é excluído. No caso do design inclusivo, essas categorias são refletidas em práticas que muitas vezes reproduzem normas universalistas, ignorando as experiências específicas de mulheres autistas. O desafio, segundo Lévi-Strauss, é romper com essas classificações normativas e desenvolver soluções que reconheçam e respeitem a diversidade das experiências humanas.

Para Moore (1989), é fundamental reestruturar as categorias analíticas utilizadas para compreender as sociedades, de forma a incluir as experiências das mulheres. Moore argumenta que uma crítica feminista eficaz precisa questionar as narrativas universalistas que desconsideram as especificidades de gênero, promovendo uma abordagem interseccional que considere como gênero, raça e classe interagem nas experiências sociais. No contexto do design inclusivo, isso significa que as soluções desenvolvidas devem refletir as múltiplas formas de ser e estar no mundo, rompendo com práticas excludentes e reforçando a diversidade cultural.

Douglas e Isherwood (1996) reforçam que os bens materiais não são neutros; eles carregam significados simbólicos que comunicam pertencimento social e identidades culturais. Essa perspectiva implica que os produtos destinados a mulheres autistas devem ser desenvolvidos considerando suas experiências culturais e sociais. Objetos que respeitam essas especificidades podem reforçar o sentimento de pertencimento e reconhecimento social, enquanto soluções que ignoram esses aspectos tendem a perpetuar a sensação de exclusão.

Por outro lado, Geertz (2008) sugere que as práticas culturais devem ser analisadas como textos que podem ser interpretados e compreendidos dentro de seus contextos sociais. Aplicada ao design inclusivo, essa perspectiva implica reconhecer que os produtos desenvolvidos para mulheres autistas funcionam como textos culturais que comunicam mensagens sobre inclusão, pertencimento e identidade. Um design que respeite essas especificidades pode contribuir para uma inclusão efetiva,

que vá além da adaptação técnica e considere os significados simbólicos e sociais envolvidos na experiência dos usuários.

Singer *et al.* (2014) argumentam que as práticas de design inclusivo precisam ir além da funcionalidade técnica, reconhecendo que o desenvolvimento de soluções acessíveis exige uma abordagem culturalmente consciente. Segundo os autores, a inclusão efetiva envolve a consideração das diferenças culturais e sociais dos usuários, especialmente em grupos marginalizados, como as mulheres autistas. Da mesma forma, Sanches *et al.* (2023) reforçam a importância de considerar os aspectos sensoriais, estéticos e culturais no desenvolvimento de produtos inclusivos, destacando que um design que respeita as especificidades dos usuários pode contribuir para uma inclusão social mais ampla e significativa.

Assim, a reflexão antropológica sobre práticas inclusivas evidencia que o design não é apenas uma questão técnica, mas um compromisso ético e cultural. Soluções verdadeiramente inclusivas devem reconhecer e valorizar a diversidade de experiências humanas, considerando as especificidades de gênero, raça e classe nas práticas de design. Conforme apontam Souza *et al.* (2024), o desenvolvimento de produtos inclusivos deve ser um processo dialógico e participativo, que envolva os próprios usuários na criação de soluções. Somente por meio de práticas culturalmente conscientes e interseccionais será possível romper com as classificações normativas que perpetuam a exclusão e promover uma inclusão efetiva e equitativa.

3.5 DESAFIOS E POSSIBILIDADES DO DESIGN INCLUSIVO CULTURALMENTE CONSCIENTE

O design inclusivo culturalmente consciente enfrenta uma série de desafios, muitos dos quais refletem dinâmicas sociais e culturais mais amplas. Entre eles, destaca-se a persistência de paradigmas universalistas no design, que tendem a desconsiderar as especificidades de gênero, cultura e identidade dos usuários. Conforme apontado por Douglas (1996), o consumo é uma prática profundamente cultural, utilizada para comunicar pertencimento e identidade. Contudo, produtos projetados sob uma lógica universalista frequentemente ignoram essa dimensão, reforçando estruturas sociais que marginalizam grupos específicos, como as mulheres autistas.

Um dos principais desafios é a superação das categorias normativas que moldam tanto os diagnósticos quanto as práticas de design. Lévi-Strauss (2008) argumenta que as sociedades humanas constroem sistemas classificatórios que, ao organizarem o mundo social, também definem quem pertence a determinados grupos e quem é excluído. No caso das mulheres autistas, a invisibilidade

diagnóstica mencionada por Hull *et al.* (2017) reflete essa exclusão, impactando diretamente o acesso a produtos e serviços desenhados para atender às suas necessidades específicas.

Outro obstáculo significativo é o reconhecimento das interseccionalidades entre gênero, raça e classe. Como argumenta Gonzales (1984), as estruturas sociais e culturais são frequentemente construídas a partir de uma lógica que marginaliza duplamente mulheres negras e autistas, por meio de uma exclusão interseccional que transcende a deficiência. Essa exclusão ressalta a importância de um design inclusivo que vá além da mera acessibilidade funcional, incorporando valores culturais e identitários que desafiem as normas hegemônicas.

Apesar desses desafios, há possibilidades transformadoras no desenvolvimento de um design inclusivo culturalmente consciente. Geertz (2008) nos lembra que a cultura é um sistema de significados compartilhados, e o design pode ser visto como um "texto" que comunica inclusão ou exclusão. Nessa perspectiva, produtos desenvolvidos com atenção às especificidades culturais das mulheres autistas têm o potencial de reconfigurar sistemas simbólicos e promover pertencimento social.

Práticas de co-criação e diálogo com os próprios usuários surgem como possibilidades promissoras para o design inclusivo. Souza *et al.* (2024) destacam que a participação ativa dos usuários nos processos de design é essencial para desenvolver produtos que respeitem suas experiências culturais e sociais. Essa abordagem dialógica não apenas amplia a eficácia das soluções, mas também contribui para desestabilizar hierarquias de poder que historicamente excluíram grupos marginalizados do processo criativo.

Por fim, o design inclusivo culturalmente consciente pode funcionar como um campo de resistência cultural, desafiando as normas universalistas que tradicionalmente orientaram as práticas de criação. Como sugere Moore (1989), é necessário reestruturar as categorias analíticas que sustentam essas práticas, adotando uma perspectiva interseccional que reconheça as múltiplas formas de exclusão e a complexidade das experiências humanas.

Portanto, enquanto o design inclusivo enfrenta desafios significativos, ele também oferece a possibilidade de transformar as relações sociais e culturais por meio de produtos que reconhecem e valorizam a diversidade. Ao desafiar paradigmas universalistas e incorporar perspectivas culturais e identitárias, o design pode transcender sua função técnica e atuar como uma prática ética e transformadora, promovendo inclusão de maneira efetiva e culturalmente consciente.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo analisou criticamente o design inclusivo a partir de uma perspectiva antropológica, enfatizando sua relevância para a criação de produtos destinados a mulheres autistas. Argumentou-se que, historicamente, tais iniciativas negligenciaram as especificidades culturais e de gênero, perpetuando exclusões estruturais e reforçando categorias normativas que tornam invisíveis as experiências femininas no espectro autista (HULL *et al.*, 2017; LÉVI-STRAUSS, 2008). Sob a ótica de Clifford Geertz (2008), produtos não são apenas ferramentas funcionais, mas textos culturais que comunicam valores e identidades. Portanto, para que sejam verdadeiramente inclusivas, as soluções de design precisam incorporar as vivências sensoriais, estéticas e sociais das mulheres autistas, promovendo pertencimento e reconhecimento simbólico.

Inspirado por autoras como Henrietta L. Moore (1989) e Lélia Gonzales (1984), este estudo destacou que o design inclusivo deve transcender adaptações universais e considerar as interseccionalidades entre gênero, raça e deficiência. Soluções culturalmente conscientes requerem o envolvimento direto das usuárias no processo de co-criação, garantindo que suas demandas sejam ouvidas e respeitadas (SOUZA *et al.*, 2024; SANCHEZ *et al.*, 2023). Dessa forma, produtos desenvolvidos com base em suas especificidades têm o potencial de reconfigurar sistemas simbólicos e transformar práticas sociais, promovendo inclusão efetiva e equitativa. O design, assim, deixa de ser apenas uma prática técnica para se consolidar como um campo de resistência cultural e transformação ética.

5 ESTUDOS FUTUROS

A partir da análise apresentada, sugere-se que futuras investigações aprofundem a relação entre o design inclusivo e as dimensões culturais específicas das mulheres autistas. Estudos etnográficos podem revelar como essas mulheres interagem com produtos e serviços no cotidiano, destacando as lacunas existentes entre suas necessidades e as soluções disponíveis no mercado. Esse tipo de abordagem também permitiria compreender as experiências sensoriais e estéticas que influenciam suas preferências de consumo, oferecendo dados concretos para o desenvolvimento de produtos culturalmente situados.

Além disso, recomenda-se a criação de metodologias participativas no campo do design inclusivo, envolvendo diretamente as mulheres autistas no processo de criação. Pesquisas que explorem as dinâmicas de co-criação e diálogo podem não apenas enriquecer os resultados, mas também contribuir para desestabilizar as hierarquias de poder que historicamente marginalizam esse

grupo. Essa abordagem participativa tem o potencial de gerar soluções mais eficazes, ao mesmo tempo em que promove o reconhecimento simbólico e a inclusão social.

Por fim, a interseccionalidade emerge como um eixo crucial para futuras pesquisas. Estudos que integrem as dimensões de gênero, raça e classe no desenvolvimento de produtos inclusivos podem contribuir para um campo de design mais crítico e equitativo. Investigações focadas nas mulheres autistas socializadas, em particular, são essenciais para compreender as formas específicas de exclusão enfrentadas por esse grupo e propor soluções que valorizem suas identidades culturais e sociais.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. DSM-5-TR: manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2022.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. The world of goods: towards an anthropology of consumption. 2. ed. London: Routledge, 1996.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GONZALES, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. In: Revista Ciências Sociais Hoje. ANPOCS, 1984, p. 223-244. Disponível em: https://www.leme.uerj.br/wp-content/uploads/2021/08/06-gonzales-lelia-racismo_e_sexismo_na_cultura_brasileira-1.pdf. Acesso em: 31 jan. 2025.

HULL, Laura *et al.* Behavioural and cognitive sex-gender differences in autism. Journal of Autism and Developmental Disorders, 2017. DOI: 10.1177/1362361316669087. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1362361316669087>. Acesso em: 31 jan. 2025.

FRAZIER, Thomas W. *et al.* Behavioral and cognitive characteristics of females and males with autism in the Simons Simplex Collection. Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, v. 53, n. 3, p. 329-340. e3, 2014. DOI: 10.1016/j.jaac.2013.12.004. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0890856713008848>. Acesso em: 31 jan.2025.

LAI, Meng-Chuan *et al.* Sex-gender differences and autism: setting the scene for future research. Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, 2015. DOI:10.1016/j.jaac.2014.10.003. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0890856714007254>. Acesso em: 31 jan. 2025.

LÉVI-STRAUSS, Claude. Antropologia estrutural. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. Estudos Feministas, Florianópolis, v. 22,n.3,p. 935-952, 2014. DOI: 10.1590/S0104-026X2014000300013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/QtnBjL64Xvssn9F6FHJqnzb/?lang=pt>. Acesso em: 31 jan. 2025.

MOORE, Henrietta L. Feminism and anthropology. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989.

SANCCHEZ, Ana *et al.* Design inclusivo na prática: guia para professores. São Paulo, 2023.

SINGER, Jan *et al.* Universal design, inclusive design, accessible design, design for all: different concepts—one goal? Universal Access in the Information Society, v. 4, p. 187–196, 2014.

SOUZA, Raquel Noronha *et al.* Design e gênero: experiências coletivas de ensino. São Luís: EDUFMA, 2024.