

Tamanho 48: uma análise crítica da modelagem de vestuário plus size e suas implicações na aceitação do corpo

Rachel Rios Scherrer

Doutoranda, Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG / rachel.scherrer@uemg.br
Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-6954-6155> / Lattes: lattes.cnpq.br/2622861294647773

Eduardo Romeiro Filho

Doutor, Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG / romeiro@dep.ufmg.br
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5574-5312> / Lattes: lattes.cnpq.br/2025674118600907

Heloisa Nazaré dos Santos

Doutora, Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG / heloisa.santos@uemg.br
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9365-9311> / Lattes: lattes.cnpq.br/7238982117122755

Enviado: 31/07/2024 | Aceito: 13/03/2025



Tamanho 48: uma análise crítica da modelagem de vestuário *plus size* e suas implicações na aceitação do corpo

RESUMO

Este artigo investiga a modelagem de vestuário *plus size*, com foco no tamanho 48, e analisa as diretrizes da ABNT aplicáveis a essa área, além das dificuldades enfrentadas por consumidores ao buscar roupas que atendam a suas necessidades físicas e estéticas. Com base em autores como Katz (2012) e Jimenez (2022), o estudo aborda conceitos de representatividade e aceitação corporal, destacando a importância de reconhecer a diversidade de corpos. A metodologia divide-se em duas etapas: a primeira compara tabelas de medidas do tamanho 48 de quatro fontes — manequins da marca Draft, WM Manequins e diretrizes da NBR 16933 para tipos corporais “colher” e “retangular” —, enquanto a segunda realiza uma análise de conteúdo de uma postagem da influenciadora Brenda Avelar no Instagram, que promove a aceitação do corpo e desafia padrões estéticos tradicionais, alinhada às teorias de empoderamento e inclusão de Ribeiro e Matos (2022). Os resultados indicam que, embora haja esforços para adequar as normas, as diretrizes da ABNT ainda precisam de melhorias para atender a um público diversificado, reforçando a importância de considerar as experiências de pessoas com corpos maiores. A pesquisa também revela que a inclusão de corpos gordos no mercado de moda não é apenas uma questão de representatividade, mas também uma oportunidade de mercado em expansão.

Palavras-chave: Moda *plus size*; Modelagem; Inclusão.

Size 48: a critical analysis of plus-size clothing patterns and their implications for body acceptance

ABSTRACT

This article investigates plus-size clothing pattern-making, focusing on size 48, and analyzes the ABNT guidelines applicable to this field, as well as the difficulties consumers face when searching for clothing that meets their physical and aesthetic needs. Based on authors such as Katz (2012) and Jimenez (2022), the study addresses concepts of representation and body acceptance, highlighting the importance of recognizing body diversity. The methodology is divided into two stages: the first compares size 48 measurement charts from four sources—Draft brand mannequins, WM Manequins, and the NBR 16933 guidelines for “spoon” and “rectangular” body types—while the second conducts a content analysis of an Instagram post by influencer Brenda Avelar, which promotes body acceptance and challenges traditional aesthetic standards, aligning with the empowerment and inclusion theories of Ribeiro and Matos (2022). The results indicate that, although efforts have been made to adjust the standards, ABNT guidelines still need improvements to accommodate a diverse audience, reinforcing the importance of considering the experiences of people with larger bodies. The research also reveals that the inclusion of plus-size bodies in the fashion market is not only a matter of representation but also an expanding market opportunity.

Keywords: *Plus size fashion; Modeling; Inclusion.*

Talla 48: un análisis crítico del modelado de ropa de tallas grandes y sus implicaciones para la aceptación corporal

RESUMEN

Este artículo investiga la confección de patrones de ropa de talla grande, centrándose en la talla 48, y analiza las directrices de la ABNT aplicables a este ámbito, así como las dificultades que enfrentan los consumidores al buscar prendas que satisfagan sus necesidades físicas y estéticas. Basándose en autores como Katz (2012) y Jimenez (2022), el estudio aborda conceptos de representación y aceptación corporal, destacando la importancia de reconocer la diversidad de cuerpos. La metodología se divide en dos etapas: la primera compara tablas de medidas de la talla 48 de cuatro fuentes—maniqués de la marca Draft, WM Maniqués y las directrices de la NBR 16933 para los tipos de cuerpo “cuchara” y “rectangular”—, mientras que la segunda realiza un análisis de contenido de una publicación en Instagram de la influencer Brenda Avelar, que promueve la aceptación corporal y desafía los estándares estéticos tradicionales, alineándose con las teorías de empoderamiento e inclusión de Ribeiro y Matos (2022). Los resultados indican que, aunque se han realizado esfuerzos para ajustar las normas, las directrices de la ABNT aún necesitan mejoras para atender a un público diverso, reforzando la importancia de considerar las experiencias de las personas con cuerpos más grandes. La investigación también revela que la inclusión de cuerpos de talla grande en el mercado de la moda no es solo una cuestión de representación, sino también una oportunidad de mercado en expansión.

Palabras-clave: Moda plus size; Modelaje; Inclusión.

1. INTRODUÇÃO

A moda não se restringe apenas à vestimenta, operando como um sistema complexo, que traduz o *Zeitgeist*, refletindo o espírito de cada época (Loschek, 2009), permeando aspectos sociais, políticos e psicológicos da sociedade. As mudanças na moda influenciam o vestuário, os costumes e os comportamentos, moldando a cultura (Carvalhal, 2016). Os eventos históricos propiciam variações no vestuário e nos códigos de conduta, sendo os contextos político e social cada vez mais determinantes para as tendências e a própria narrativa histórica da moda. Além disso, as expressões de moda não são homogêneas, variando conforme o contexto cultural e geográfico. O que se considera contemporâneo no Ocidente pode diferir significativamente das vestimentas tradicionais preservadas em outras regiões, como no Egito, onde muitas mulheres ainda usam a burca, peça que não representa a moda cotidiana de um país como o Brasil. Dessa forma, a roupa se torna um meio de expressão que revela os valores, as crenças e as ideologias de cada período histórico (Gama, 2013).

No entanto, enquanto a moda influencia as representações culturais e sociais através das roupas e dos padrões estéticos, é importante ressaltar que o corpo humano desempenha um papel fundamental nesse processo. Como veículo primordial de expressão e identidade, o corpo não apenas reflete as normas estabelecidas pela moda, mas também as subverte e as reinterpreta segundo as experiências individuais e coletivas. Assim, enquanto a moda dita padrões estéticos e comportamentais, o corpo humano continua a ser um espaço de resistência e subversão, onde as normas podem ser desafiadas e redefinidas.

Goldenberg (2012), salienta que o corpo transcende

a biologia, assumindo um papel simbólico na sociedade. Representa o conjunto de regras de comportamento que definem o que é considerado bonito, desejado e aceitável em diferentes contextos sociais. A obediência às normas é recompensada pelo sentimento de pertencer a um grupo social superior, o que reforça as diferenças entre classes e grupos sociais.

Além disso, Gardin (2008), situa o corpo como um assunto que abrange mais do que a saúde física, abordando também questões midiáticas e alcançando seu ápice nas passarelas de moda. Essa abordagem multidimensional do corpo destaca sua centralidade na construção de identidades individuais e coletivas, evidenciando como as representações corporais são moldadas e influenciadas por fatores sociais, culturais e econômicos.

A relação entre a roupa e a mulher é destacada por Melo e Scherrer (2008), que salientam como a vestimenta desempenha um papel crucial na construção da identidade e do estilo pessoal, além de ser essencial para proteger o corpo. A conhecida expressão “a primeira impressão é a que fica” ilustra como a percepção e a análise da imagem de alguém frequentemente se baseiam no primeiro encontro. Assim, compreender a conexão entre moda e identidade pessoal é fundamental para entender a relação entre corpo, vestuário e autoexpressão.

Ainda, estudiosos da moda e da semiótica argumentam que compreender o código do vestuário capacita as pessoas de maneira mais eficiente em diversas situações, como entrevistas de emprego (Melo e Scherrer, 2008). É crucial dedicar atenção à moda, especialmente considerando suas particularidades, pois os indivíduos precisam demonstrar seu conhecimento por meio da vestimenta. É essencial respeitar as preferências pessoais e reconhecer um mercado atento à representação de corpos reais, superando os padrões

tradicionais de beleza das passarelas de moda.

Essas considerações são corroboradas por Queiroz e Otta (2000), que destacam algumas mudanças nas expectativas culturais em relação ao corpo feminino. Ao longo do tempo, houve uma valorização da esbeltez em contraposição à preferência por corpos mais rechonchudos no passado. No entanto, análises sobre concursos de beleza e modelos fotográficos mostram que o ideal de corpo “tubular” não corresponde totalmente à realidade. Pesquisas sobre o tema também indicam uma relação entre a situação econômica das mulheres e suas características físicas, sugerindo que mulheres mais economicamente independentes tendem a apresentar um corpo menos adiposo. Esses estudos lançam luz sobre a complexidade das normas de beleza e as percepções sobre o corpo feminino na sociedade contemporânea.

É importante observar que cerca de 60% da população brasileira está acima do peso ideal, com base na Pesquisa Nacional de Saúde do IBGE de 2020 (Gurgel, 2021) e que, apesar de constituir uma parcela significativa do total de habitantes, esta é frequentemente negligenciada, inclusive pelo sistema legal, que não lhe proporciona a inclusão e a proteção adequada, notadamente em relação à obesidade infantil (Florêncio e Reikdal, 2019). Aires (2019), destaca que o mercado de consumo contemporâneo ressignifica o corpo gordo ao associá-lo à capacidade de produção e consumo, fazendo com que as práticas de consumo individualistas sejam fundamentais para a inserção e redenção do indivíduo gordo. Assim, torna-se necessário promover o respeito, a diversidade e a inclusão na indústria da moda, para valorizar corpos variados e promover uma imagem corporal positiva e saudável para todos.

Neste cenário, o mercado de moda *plus size* torna-se particularmente relevante e desfiles realizados em famosas passarelas ao redor do mundo demonstram essa tendência,

embora o corpo gordo, muitas vezes, não seja mostrado de forma tão ampla quanto os corpos reais encontrados nas ruas (Betti, 2014). Ferraz (2017), destaca a importância de compreender e aceitar o próprio corpo. Pode-se perceber que há um padrão de beleza que glorifica o corpo magro como o ideal que a insatisfação com o corpo é um problema global. A gordofobia contribui para a desumanização desses corpos, rotulando-os como “estranhos”, “doentes” e “estereotipados”, fazendo com que pessoas gordas sejam marginalizadas e categorizadas como “feias”, “doentes” e “não atraentes” (Gurgel, 2021).

Jimenez (2022), ressalta que o ativismo gordo vai além da estética e da moda, enfatizando a importância de permitir que pessoas gordas se sintam bonitas e confiantes ao usarem roupas que as representem. Ela destaca que esse movimento também envolve ações que transcendem a esfera da aparência física, buscando uma mudança mais profunda na percepção social sobre a gordura. Neste sentido, Cooper (2021), argumenta que o discurso predominante sobre a obesidade é dominante e reducionista, focando apenas em sua dimensão de saúde e ignorando suas implicações políticas. Esse enfoque limitado mantém o estigma contra as pessoas gordas e desvaloriza o ativismo que busca ampliar a aceitação e a inclusão desses indivíduos na sociedade.

Adolescentes que não se encaixam nesse estereótipo, muitas vezes, enfrentam dificuldades, pois o corpo gordo é, atualmente, menos valorizado do que nas pinturas renascentistas (Matos et al., 2012). Segundo Gurgel (2021), as pessoas gordas são frequentemente generalizadas, tendo que se submeter a estigmas que as consideram anormais, com foco excessivo em alimentação e na necessidade de emagrecer por meio de dietas.

Da mulher contemporânea exige-se uma postura independente e ativa profissionalmente, mas que na sociedade

capitalista de consumo sofre com uma postura narcisista, de consumo e espetáculo, onde considera seu corpo como “o mais belo objeto” (Nascimento *et al.* 2012). Por outro lado, as transformações físicas que ocorrem em seu corpo influenciam suas escolhas de vestuário e sua adaptação às tendências da moda. Um exemplo típico desta situação ocorre durante a participação no programa “Big Brother Brasil” no início de 2024, onde a modelo Yasmin Brunet foi alvo de críticas devido às mudanças em seu corpo e à luta contra a compulsão alimentar. Letticia Muniz, uma influenciadora, notou a diferença de reações sociais em relação aos comentários sobre os corpos, destacando a audácia de criticar o corpo de Yasmin Brunet, enquanto, muitas vezes, há uma indignação diante das violências que as pessoas gordas enfrentam. Munniz (2024), aponta diversas situações de desrespeito, como a falta de uma estrutura médica adequada, a discriminação em ambientes como academias e transportes públicos, e as dificuldades para a aquisição de roupas. Além disso, a influenciadora salienta que a sociedade parece concordar com a exposição do corpo de indivíduos gordos a comentários e julgamentos que perpetuam a noção de que eles merecem tais agressões.

Em uma sociedade que valoriza a magreza e estabelece o número 48 (kg) como o ideal de peso para as mulheres, surge uma contradição intrigante: Por que o tamanho 48 (ou GG) é frequentemente questionado, enquanto a maioria da população brasileira, que está acima do peso, enfrenta dificuldades significativas ao procurar roupas com tamanhos grandes e estilos variados? A partir desta questão, este artigo tem por objetivo analisar criticamente a modelagem de vestuário para corpos gordos, explorando os obstáculos e as oportunidades para atender às necessidades desse público em termos de design e variedade de roupas.

O foco principal do estudo concentra-se na investigação

das dificuldades enfrentadas pelos consumidores de tamanhos *plus size* ao buscarem roupas que não apenas atendam a suas necessidades físicas, como também ofereçam designs atrativos e uma variedade de estilos condizentes com as tendências da moda. Busca-se questionar os padrões estéticos predominantes, destacando a importância de uma moda mais inclusiva, capaz de reconhecer a diversidade de corpos. Ao destacar as barreiras existentes na indústria da moda em relação aos tamanhos *plus size*, pretende-se fomentar uma discussão crítica que contribua para a conscientização da necessidade de promover mudanças na modelagem, no design e na oferta de variedade, para atender a uma parcela significativa da população, reforçando, assim, a importância da representatividade e da inclusão na moda contemporânea.

Por que continuamos a aceitar padrões de beleza que não refletem a diversidade da sociedade em que vivemos?

2. RECONSTRUINDO A ESTÉTICA: DESAFIOS E INOVAÇÕES NA MODA PLUS SIZE

A influência da moda ao longo dos anos quanto à normatização do corpo feminino, marginalizando aqueles fora dos padrões convencionais, é evidente (Katz, 2012). Torna-se imperativo, portanto, reconhecer a singularidade de cada corpo, garantindo sua representação adequada na indústria da moda. Além disso, a crítica de Schessa Garbutt a movimentos como o “Black Lives Matter”, quando confrontada com o ativismo do corpo gordo, ressalta a necessidade de questionamento por parte de designers e criativos em relação à diversidade corporal (Lupton, 2021). A representação eficaz do movimento do corpo gordo exige uma postura crítica na luta contra a gordofobia.

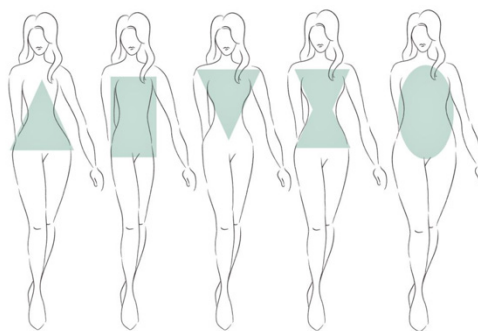
Price e Zamkoff (1996), já destacavam um aumento da produção massiva de roupas adaptadas a diferentes tipos

corporais. No entanto, a modelagem *plus size* deve transcender a extensão do padrão convencional, abraçando a diversidade corporal, para proporcionar não apenas vestimentas, como também empoderamento e desafio às normas estabelecidas. Nesse contexto, a modelagem *plus size* enfrenta desafios significativos, especialmente na desconstrução de estereótipos associados ao tamanho (Del Priore, 2000).

Iniciativas como as normas da ABRAVEST e ABNT sobre medidas brasileiras apontam para um caminho de inclusão, evidenciando a necessidade de considerar diferentes corpos na criação de roupas. A aplicação de princípios de ergonomia e antropometria na modelagem *plus size* é indispensável para assegurar o conforto e expressão individual adequados. Reconhecendo a diversidade de biótipos femininos, a busca pela inovação não se restringe apenas à estética, mas também a uma afirmação de que todos os corpos merecem expressar sua individualidade com conforto e estilo.

A Figura 1, baseada nos estudos de Ferraz (2017), Aguiar (2006) e Ilda (2005), ilustra diferentes biótipos femininos, oferecendo uma visão abrangente dos tipos que a modelagem *plus size* deve contemplar. A ergonomia, notadamente em abordagens voltadas à antropometria, contribui para o desenvolvimento de peças que se ajustam adequadamente, proporcionando conforto e confiança ao levar em conta as características físicas e funcionais do corpo.

Figura 1. Tipos físicos do corpo feminino



Fonte: Ganem (2016).

2.1 Diversidade e desafios do corpo gordo na contemporaneidade

As experiências e os desafios enfrentados pelo corpo gordo na sociedade contemporânea emergem de modo crucial na instigação de uma reflexão profunda sobre os arraigados padrões estéticos e preconceitos. Ao longo do tempo, o corpo gordo tem sido alvo de estigmatização e de normatização que repercutem em experiências vivenciadas por indivíduos não contemplados por padrões estéticos convencionais. Gay (2017), relata as dificuldades enfrentadas por mulheres em sua busca por roupas que atendam a seu tamanho, ressaltando a escassez de opções e a humilhação associada a essa busca. Essa realidade evidencia, em última análise, a necessidade de repensar padrões de beleza e de promover uma moda mais inclusiva.

De maneira análoga, Wolf (2018), alerta sobre os perigos associados à busca obsessiva pela beleza e destaca a disparidade nas cobranças sociais entre homens e mulheres gordos. Além disso, introduz o conceito da "religião do mito da beleza" disseminado pelas revistas, comparando-o a um evangelho de uma nova religião que molda as crenças das mulheres, enquanto Goldenberg (2007), aborda o corpo como um capital de poder no contexto brasileiro, em que determinado modelo de corpo é valorizado como um veículo

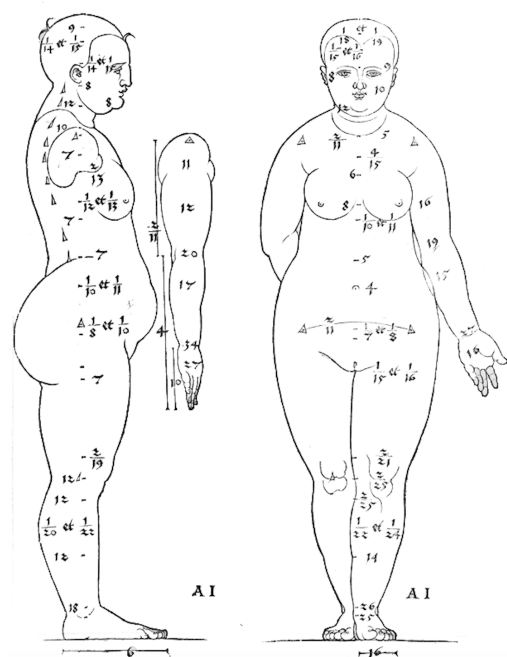
essencial para a ascensão social e o reconhecimento no mercado de trabalho. Arruda (2021), destaca que a gordofobia disseminada pela mídia não reside no corpo gordo em si, mas nas percepções da sociedade, influenciada pela mídia. Além disso, compartilha uma narrativa pessoal sobre como a gordofobia afeta as mulheres desde a infância.

Em contraponto, Gomes (2018), apresenta dados sobre projetos inclusivos, discutindo possíveis soluções para eliminar barreiras e promover a inclusão social, embora aponte desafios da indústria em produzir para esse mercado e Jimenez (2022), aborda os desafios enfrentados pelas mulheres gordas na busca pelo corpo “perfeito”, criticando a intensa exposição ao mercado do emagrecimento e enfatizando a responsabilidade da mídia na imposição da “ditadura do corpo feminino”. Influenciadoras digitais de moda *plus size*, como destacado por Ribeiro e Matos (2022), usam o Instagram para promover a aceitação corporal e desafiar normas sociais. Elas ampliam a representatividade, contribuindo para a quebra de estereótipos e empoderamento das mulheres gordas.

Salles (2021), em concordância com Jimenez (2022), aborda os desafios enfrentados pelas mulheres gordas na busca pelo corpo “perfeito”, criticando a intensa exposição ao mercado do emagrecimento e enfatizando a responsabilidade da mídia na imposição da “ditadura do corpo feminino”, ao discutir como, para muitas pessoas, a atividade de comprar roupas e acessórios é vista como rotineira e banal, enquanto ressalta que essa percepção não se aplica a todos. Salles (2021), também enfatiza que, para as pessoas gordas, especialmente em pequenas cidades afastadas dos grandes centros urbanos e capitais do Brasil, essa atividade se transforma em um verdadeiro martírio, sendo uma tarefa árdua, cansativa e frustrante, quase impossível de ser realizada. Strings (2019), traz uma perspectiva histórica ao examinar as proporções corporais em obras de Albrecht

Dürer, destacando o respeito contemporâneo à variedade de tamanhos corporais representados. A Figura 2 destaca a representação da mulher considerada “normal” por Dürer.

Figura 2. Albrecht Dürer, imagem de mulher “normal” (frente e perfil), Quatro Livros sobre Proporção Humana, 1528.



Fonte: Strings (2019, p. 23).

Carvalho e Manzano (2020), oferecem uma análise sobre como as revistas, com base em medidas e categorias de tamanhos, influenciam a percepção do corpo e moldam as escolhas de vestuário, enquanto Emídio (2021), explora outras possibilidades na modelagem do vestuário, destacando a importância do ensino nesta área para abordar as características únicas do design de moda e resolver problemas projetuais.

Esse conjunto de visões contribui para uma compreensão mais ampla das complexidades envolvidas na discussão sobre o corpo gordo, incorporando vivências pessoais, análises sociais e propostas de resolução, tudo para disponibilizar uma representação mais abrangente e da aceitação corporal. À

medida que a indústria da moda avança, torna-se cada vez mais evidente a necessidade de adaptar produtos para atender a uma variedade de corpos. Roupas que valorizam diferentes formas e tamanhos são um desafio para designers e marcas. A dificuldade de alterar os padrões estéticos convencionais e a falta de diretrizes adequadas para a modelagem são obstáculos que devem ser superados. Além disso, é importante levar em conta as opiniões dos consumidores, já que suas vivências e comentários são cruciais para o desenvolvimento de produtos que atendam às suas demandas. Tal mudança auxilia as pessoas a se sentirem mais incluídas na moda.

Até que ponto a indústria da moda está disposta a desafiar suas próprias normas para incluir todos os tipos de corpo?

2.2 Adaptação de produtos para diversos corpos com base na experiência do usuário

Rafael Cardoso (2012), destaca a importância de considerar a diversidade de corpos ao criar produtos diversos, por exemplo, roupas. O autor não apenas enfatiza a mutabilidade de significados e usos dos artefatos ao longo do tempo, como também ressalta a influência da experiência do usuário em sua avaliação e interação com esses objetos. Ao discutir a experiência do usuário no design de moda e vestuário, surge a reflexão: Como diferentes corpos podem influenciar a melhoria contínua de produtos? Cardoso (2012), questiona a adaptação dos artefatos às necessidades dos usuários, inclusive aos corpos fora dos padrões convencionais. Clientes com corpos maiores podem oferecer percepções valiosas sobre a usabilidade, conforto e estilo de produtos existentes e, mais importante, destacar lacunas no mercado que precisam ser preenchidas.

Como podemos esperar que a moda evolua se não ouvirmos as vozes daqueles que mais precisam de inclusão?

Além disso, é fundamental considerar que os projetistas têm muito a aprender com a experiência e as necessidades desses clientes. Ao ouvir atentamente as opiniões e percepções das clientes com corpos maiores, os criadores podem identificar áreas de melhoria nos produtos existentes e desenvolver novos produtos que atendam às suas necessidades específicas, respondendo de forma a um nicho negligenciado e promovendo a inclusão e a representatividade. Ao reconhecer a relevância dos clientes com corpos grandes, os designers de moda podem avançar na criação de produtos que atendam de verdade à diversidade, redefinindo padrões e promovendo uma abordagem mais inclusiva no mundo do design de moda. Observa-se, por fim, que este “nichos negligenciado” se apresenta em franca expansão, indo em contramão à ditadura do corpo magro adotada pela indústria da moda. Trata-se, portanto, também de uma oportunidade de mercado. É crucial respeitar e incluir o corpo gordo no mercado, adaptando e aprimorando a modelagem de vestuário para atender a essa diversidade corporal.

3. METODOLOGIA

A proposta deste estudo visa aprofundar a compreensão sobre a aplicação das normas da ABNT na modelagem de vestuário *plus size*, com um foco específico no tamanho 48. Para alcançar esse objetivo, a metodologia será dividida em uma etapa principal que combina a análise das normas e a análise de conteúdo.

A pesquisa propõe uma investigação detalhada das diretrizes estabelecidas pela ABNT para a modelagem de vestuário *plus size*, incluindo a comparação das tabelas de medidas e a identificação das adaptações necessárias para

atender às diferentes morfologias dos corpos femininos. Além disso, aborda uma análise qualitativa das postagens da influenciadora Brenda Avelar no Instagram, que tratam de temas relacionados à moda *plus size*. Uma postagem representativa será selecionada, refletindo a aceitação do corpo e as tendências de moda promovidas pela influenciadora. A análise buscará identificar as mensagens de empoderamento e inclusão transmitidas, assim como a interação do público com essa postagem.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A proposta de experimento delineada pretende aprofundar o entendimento sobre a aplicação das normas da ABNT na modelagem de vestuário *plus size*, com um foco específico no tamanho 48. Esse método experimental se divide em duas etapas distintas: primeiramente, pretende-se analisar as particularidades da padronização, comparando as tabelas de medidas para os corpos retangulares e em formato de colher, assim como os manequins de moulage tamanho 48 das marcas brasileiras Draft e WN Manequins. Em seguida, a discussão se concentra nas diretrizes estabelecidas pela ABNT, buscando compreender sua influência e aplicação prática na modelagem *plus size*. Moldes básicos para o corpinho 2, frente e costas foram elaborados, considerando o tamanho mencionado. A sobreposição desses moldes possibilita uma análise minuciosa das variações introduzidas pelas normas, fornecendo percepções para a compreensão das implicações práticas na moda *plus size*.

A Tabela 1 oferece uma comparação detalhada das medidas no tamanho 48, considerando diferentes abordagens na modelagem *plus size*. Desenvolvida pelos autores, abrange quatro perspectivas distintas: 1) manequim de Moulage (7WM); 2) manequim de Moulage (Draft); 3) Norma ABNT

NBR 16933 para o tipo “colher”; e 4) Norma ABNT NBR 16933 para o tipo “retângulo”. Cada conjunto de medidas é cuidadosamente especificado, incluindo dados essenciais, como pescoço, busto, cintura, quadril, ombro e outras medidas anatômicas relevantes. Informações adicionais sobre as variações de medidas em diferentes partes do corpo são fornecidas, de modo a auxiliar na compreensão das nuances na modelagem para corpos *plus size*. A Tabela 1 é uma ferramenta essencial para analisar as normas da ABNT na modelagem, evidenciando a complexidade da adaptação do vestuário no tamanho 48.

Tabela 1. Tabela de medidas – tamanho 48

	CONTORNOS				COMPRIMENTOS					Altura do Quadril (CK)
	Pescoço	Busto	Cintura	Quadril	Ombro - Ombro	*NC'	*NC	*OS	*SS	
1 Manequim de Moulage (WN Manequins) Tam. 48	42	107	87	114	43	38	44	25	22	21
2 Manequim de Moulage (Draft) Tam. 48	41	108	92	118	43	37	41	29	23	20
3 NBR 16933 Tam.48 - colher	41	108	90	116	43	37,2	41	25	21	Baixa= 19 Média=20/21 Alta= 22/24
4 NBR 16933 Tam.48 - retângulo	41	108	94	114	43	37,5	41	25	21	Baixa= 19 Média=20/21 Alta= 22/24
* NC'=Pescoço-cintura (Frente) NC=Pescoço-cintura (altura das Costas) OS=Ombro-seio SS=Seio a seio (largura entre as papilas) Medidas em centímetros										

Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

A análise da Tabela 1 fornece dados relevantes para a modelagem *plus size*, considerando diferentes abordagens para o tamanho 48. As linhas referentes aos manequins de

Moulage (1 e 2), destacam medidas-chave, como pescoço, busto, cintura, quadril, ombro e diversas circunferências, constituindo-se em uma base prática para a criação de peças personalizadas. As medidas seguintes (3 e 4) foram feitas com base na Norma ABNT NBR 16933 para corpos dos tipos colher e retângulo. Trazem variações nas medidas. Nota-se que as diferenças estão principalmente na circunferência da cintura e nas alturas de pescoço-cintura, indicando adaptações específicas para diferentes biótipos.

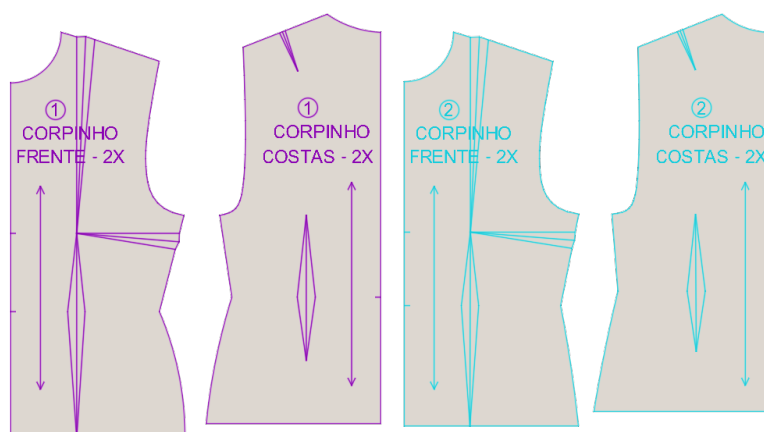
A inclusão das informações sobre o comprimento posterior de ombro a ombro, conforme especificado pela Norma ABNT NBR 16.933:2021, revela uma consideração detalhada, para garantir o ajuste adequado das peças no corpo. A diferenciação entre as medidas de pescoço-cintura, ombro-seio e seio a seio ressalta a importância de compreender a diversidade de proporções nas modelagens *plus size*.

A nomenclatura utilizada para medir a altura do corpo, denominada NC' (pescoço-cintura frente) e NC (pescoço-cintura costas), fornece referências precisas para o design das peças, considerando as variações morfológicas. Essa medição classifica a altura da cintura em relação ao pescoço em três categorias (baixa, média e alta) e desempenha um papel fundamental na modelagem do vestuário, impactando diretamente a ergonomia e a vestibilidade das peças.

Na tabela de medidas, observa-se que a diferença da medida de NC' varia de 2mm a 1cm e, nas costas, a diferença se dá somente para o manequim de moulage 7WN em relação à tabela, com 1cm a mais. A variação dessa medida entre diferentes tipos de corpos, evidenciada na tabela de medidas, requer ajustes precisos nas cavas e outras partes da roupa para melhor adaptação aos contornos corporais, garantindo uma experiência de uso mais confortável e funcional e, consequentemente, aumentando a satisfação do usuário com o produto.

A Tabela 1 mostra uma visão geral das medidas no tamanho 48, considerando diferentes ângulos de modelagem, cruciais para a compreensão das curvas anatômicas e para a criação de peças que atendam de maneira mais precisa e confortável os corpos *plus size*. Após a análise das tabelas, procede-se à criação de moldes básicos no programa AutoCAD. A Figura 3 contempla as formas do corpo básico frente e costas no tamanho 48 para os manequins de moulage. Os moldes de cor roxa representam o manequim de moulage WN Manequins e os de cor azul representam o manequim de moulage da Draft.

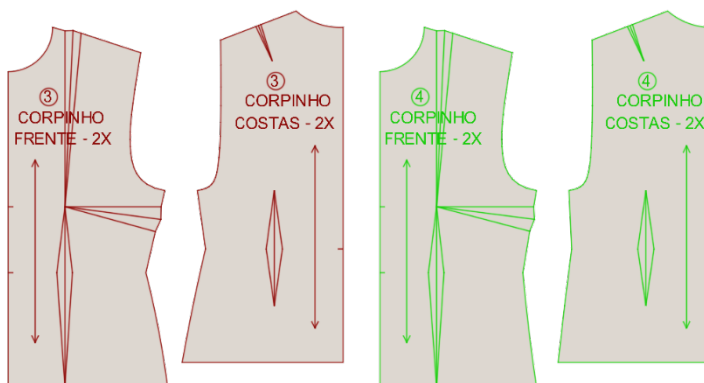
Figura 3. Moldes dos corpinhos de moulage (frente e costas), tamanho 48



Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

A Figura 4 apresenta os corpinhos (frente e costas) básicos da tabela da ABNT 16933, seguido da mesma representação da figura anterior. Os moldes de cor vermelho representam o corpo tipo “colher” e os de cor verde representam o corpo “retangular”.

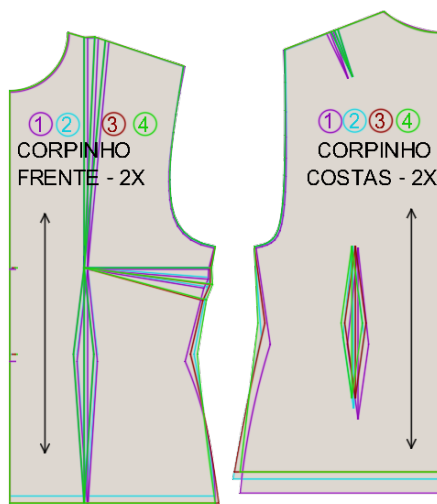
Figura 4. Moldes dos corpinhos (frente e costas), tamanho 48 (tabela ABNT)



Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

A Figura 5 apresenta os moldes sobrepostos, seguido da mesma representação da modelagem anterior. É possível notar que o corpo “retangular” é o mais largo possível, enquanto o corpinho de moulage da WM Manequins tem o tronco mais alto.

Figura 5. Sobreposição de Todos os Moldes, tamanho 48



Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

É importante observar que o manequim de moulage foi construído em 2007, o que demonstra a tendência de

crescimento do peso corporal brasileiro em sua comparação com manequins mais recentes, visto que é possível notar um aumento nos perímetros do busto, cintura e quadril. No Brasil, empresas especializadas fazem manequins de moulage sob medida, iniciativa que demonstra a crescente demanda por abordagens mais personalizadas na modelagem de vestuário, especialmente no contexto *plus size*.

A disponibilização de manequins criados sob medida contribui significativamente para uma representação mais autêntica e inclusiva da diversidade de corpos, servindo como uma ferramenta indispensável para os profissionais da moda que desejam aprimorar a precisão e o ajuste das peças criadas. Essa mudança no mercado da moda mostra que a indústria está preocupada em satisfazer o cliente e em oferecer uma moda mais justa e inclusiva.

A influenciadora mineira Brenda Avelar tem se destacado como uma voz poderosa na promoção da aceitação do corpo gordo e na luta por uma moda mais inclusiva. Em seu canal no YouTube, Brenda compartilha suas experiências pessoais e profissionais, abordando temas como autoestima, estilo e a importância de se sentir bem em qualquer corpo. Sua abordagem autêntica e de “mulher empoderada” ressoa com muitas mulheres que enfrentam desafios semelhantes, e ela utiliza sua plataforma para desmistificar estereótipos associados ao corpo gordo. Através de suas postagens e vídeos, Brenda não apenas inspira seus seguidores a abraçar suas curvas, mas também desafia a indústria da moda a reconhecer e atender às necessidades de um público diversificado, promovendo uma representação mais justa e realista na moda.

Brenda Avelar publicou uma imagem no Instagram em que enfatiza a inclusão da diversidade na moda durante o Minas Trend de abril de 2024. A figura 6 apresenta Brenda com um look que valoriza suas curvas com confiança e estilo,

ênfatizando a importância da aceitação do corpo gordo. A escolha das cores, do corte e da posição da roupa refletem o seu estilo pessoal e a importância de se sentir bem.

Figura 6. Vamos falar sobre “roupas para pessoas gordas”?



Fonte: Avelar (2024).

A imagem de Brenda Avelar, acompanhada de sua legenda reflexiva, oferece uma rica oportunidade para uma análise de conteúdo que explora temas de aceitação corporal, empoderamento e a desconstrução de normas sociais relacionadas à moda. Estamos prontos para redefinir a beleza e aceitar que todos os corpos merecem ser celebrados?

Com 277 curtidas e 41 comentários, a imagem demonstra um bom nível de engajamento, indicando que a mensagem ressoou com seus seguidores. O número de interações sugere que muitos se identificam com a luta de Brenda contra os padrões de beleza convencionais.

A legenda inicia com uma crítica às regras tradicionais de vestuário que muitas vezes são impostas a corpos gordos,

como evitar roupas justas ou largas. Brenda desafia essas normas, afirmando que se sentiu “belíssima” ao usar uma camisa larga, o que representa uma quebra de estigmas e uma afirmação de sua própria estética.

Avelar (2024), destaca três pontos fundamentais em sua jornada de aceitação: o autoconhecimento, a individualidade estética e o amor pelo próprio corpo. Esses elementos são cruciais para a construção da autoestima e refletem uma mensagem de empoderamento que encoraja seus seguidores a se libertarem das expectativas sociais.

A frase final, “Eu resisto”, encapsula a essência de sua mensagem. Brenda não apenas se opõe às normas sociais, mas também se posiciona como uma figura de resistência, inspirando outros a fazer o mesmo. Essa resistência é um ato de empoderamento que promove a ideia de que todos têm o direito de se vestir de maneira que os faça sentir bem, independentemente do que a sociedade possa pensar.

A fotografia de Brenda Avelar em um *look* que desafia as normas reforça a mensagem da legenda, celebrando a diversidade de corpos e a inclusão na moda. A escolha de uma camisa larga e de corte reto destaca a aceitação e o empoderamento, o que nos leva a refletir sobre a importância de se sentir bem independente do corpo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A literatura sobre o corpo gordo, especialmente entre mulheres, destaca a necessidade de uma abordagem inclusiva na moda que atenda às necessidades do corpo gordo. Os padrões de beleza inatingíveis impostos pela moda têm efeitos prejudiciais, especialmente para as mulheres, que, desde a infância, são forçadas a aspirar a medidas muitas vezes irreais.

A análise das normas da ABNT para modelagem *plus size*,

com foco no tamanho 48, evidencia a necessidade de adaptações específicas que considerem a diversidade morfológica. O experimento e a prática na modelagem demonstram que a sobreposição de moldes pode resultar em produtos que não apenas se ajustam melhor aos diferentes tipos de corpo, mas que também promovem conforto e satisfação pessoal. Essa abordagem é fundamental para garantir que as mulheres se sintam representadas e valorizadas, independentemente de suas medidas.

Os resultados obtidos a partir das modelagens básicas do corpinho no tamanho 48 indicam que a inclusão de diferentes corpos na moda não é apenas uma questão de atender a uma demanda de mercado, mas também de promover uma mensagem de aceitação e empoderamento. A influenciadora Brenda Avelar, por exemplo, tem se destacado por seu trabalho em redes sociais, onde utiliza sua plataforma para desafiar os padrões de beleza convencionais e incentivar a aceitação do corpo em todas as suas formas. Sua presença e engajamento ajudam a criar um espaço onde a diversidade corporal é sempre apresentada, contribuindo para uma mudança cultural significativa.

A importância de executar protótipos de vestuários nos tamanhos superiores, como o 56, é uma oportunidade para expandir ainda mais essa discussão, reconhecendo as distinções entre “G menores” e “G maiores” e suas respectivas necessidades. Portanto, este estudo não apenas contribui para a representação autêntica e inclusiva na indústria da moda *plus size*, mas também inspira mudanças significativas que podem transformar o cenário atual. A inclusão de vários tipos de corpo na modelagem *plus size* reflete a realidade do público-alvo e promove uma aceitação de todos os corpos gordos, fundamental para um mundo sem diferenças.

REFERÊNCIAS

ABNT NBR 16933:2021. (2021). **Têxteis** – Determinação da estabilidade dimensional de tecidos planos. Associação Brasileira de Normas Técnicas.

AGUIAR, Titta. **Personal Stylist**: guia para consultores de imagem / Titta Aguiar; ilustrações Irene Maia, Renato Raga. – 4a ed. Rev. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

AIRES, Aliana Barbosa. **De gorda a plus size**: a moda do tamanho grande / Aliana Barbosa Aires. – Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

ARRUDA, Agnes. **O peso e a mídia**: as faces da gordofobia. / Agnes Arruda. 1. ed. – São Paulo: Alameda, 2021.

AVELAR, Brenda. **Vamos falar sobre "roupa para pessoas gordas"?** Instagram, 17 abr. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C54WQBCOy3L/?img_index=1. Acesso em: 25 JUL. 2024.

BESERRA, Ana Carolina; Macedo, Amanda & Santos, Regina Célia. Marcelo M. **Ergonomia no Vestuário feminino plus size**: os valores subjetivos da modelagem. 17o Colóquio de Moda – 11 a 15 de outubro de 2017 – UNESP – Bauru – SP. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/COM_ORAL/co_1/co_1_ERGONOMIA_NO_VESTUARIO.pdf> Acesso em 18 jun. 2022.

BETTI, Marcella Uceda. **Beleza sem medidas?** Corpo, gênero e consumo no mercado de moda plus-size. 2014. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

CARDOSO, Rafael. **Design para um Mundo Complexo**. Cosac Naify, São Paulo, Brasil, 2012.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. / André Carvalhal. — 1a-ed. — São Paulo: Paralela, 2016.

CARVALHO, P. T., & Manzano, L. C. G. (2020). **Das (Im) possibilidades do Corpo**: Uma Análise Discursiva da Moda sobre o Corpo Plus Size. Universidade de Franca/UNIFRAN. Doi: 10.5212/Uniletras.v.42.15396.2020

CONTE, Adriana Job Ferreira. **Moda, uma metáfora** – 1. Ed. – Curiiba: Appris, 2015.

COOPER, Charlotte. **Fat activism**: a radical social movement (Second Edition). Bristol: HammerOn Press, 2021.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher**: pequena

história das transformações do corpo feminino no Brasil / Mary Del Priore. – São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2000. – (Série Ponto Futuro: 2).

DUARTE, Sonia & SAGGESE, Sylvia. **Modelagem Industrial Brasileira**. Rio de Janeiro: Guarda-Roupa Editô, 2009.

EMÍDIO, Lucimar de Fátima Bilmaia. **MODThink: projetando a modelagem do vestuário** / Lucimar de Fátima Bilmaia Emídio. – Barueri, SP: Estacao das Letras e Cores Editora, 2021.

FERRAZ, Danielle. **Moda sob medida: guia prático de moda para a vida real** / Daniella Ferraz, Penha Moraes – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2017.

FISCHER, Anette. **Fundamentos de design de moda: construção de vestuário** / Anette Fischer. Tradução Camila Bisol Brum Scherer. – Porto Alegre: bookman, 2010.

FLORÊNCIO, Letícia Oliveira; REIKDAL, Cleverton. **A obesidade como consequência da publicidade de alimentos e a proteção da legislação brasileira ao público infantil**. Revista Eletrônica da ESA/RO. Destemidos Pioneiros, v. 12, p. 1-19, 2019.

GAMA, Maria. **A ideologia do consumo na moda: uma visão diacrônica**. Comunicação e Sociedade, v. 24, p. 210-220, 2013.

GANEM, Gabriela. **Qual seu tipo físico?** 11 jun. 2016. Disponível em: <https://gabrielaganem.com/2016/06/qual-seu-tipo-fisico/>. Acesso em: 30 jul. 2024.

GARDIN, Carlos. **O Corpo Mídia: Modos e Moda**. In: Oliveira, Ana Claudia de; Castilho, Kátia. Corpo e moda: por uma compreensão do contemporâneo / Ana Claudia de Oliveira, Kátia Castilho, organizadoras. – Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. p.75-83.

GAY, Roxane. **Fome: uma autobiografia do (meu) corpo** / Roxane Gay; tradução Alice Klesck. – 1.ed. – São Paulo: Globo, 2017.

GOLDENBERG, Mirian. **O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira**. / Mirian Goldenberg. – Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2007.

GOLDENBERG, Mirian. **Invisíveis ou inclassificáveis? Gênero, corpo e envelhecimento na cultura brasileira**. In: Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores / Cristiane Mesquita e Kathia Castilho (org.). São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012. P.61-78.

GOMES, Danila. **Introdução ao design inclusivo** / Danila Gomes,

Manuela Quaresma. 1. Ed. – Curitiba, Appris, 2018.

GURGEL, Alexandra. **Comece a se amar**. Bestseller, 2021.

JIMENEZ, Malu. **Lute como uma gorda** / Malu Jimenez. – São Paulo: Jandaira, 2022.

KATZ, Helena. **Para ser contemporâneo da biopolítica: corpo, moda trevas e luz**. In: Mesquita, Cristiane; Castilho, Kathia. **Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores** / orgs. Cristiane Mesquita e Kathia Castilho – São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2012. p.17-26.

LAZZARI, Emanuele T. & Siveira, Icléia. **Moda Plus Size e Arte**. 14o Colóquio de Moda – 30/08/2014 a 03/09/2014 UCS – Caxias do Sul – RS.

LOSCHKE, Ingrid. **When clothes become fashion: Design and innovation systems**. Berg, 2009.

LUPTON, Ellen. **Extra Bold: um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers**. 1ª ed. Editora Olhares, 2023.

MATTOS, Rafael *et al.* **Obesidade e bullying na infância e adolescência: o estigma da gordura**. DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde, v. 7, n. 2, p. 71-84, 2012.

MELO, Junia & SCHERRER, Rachel. **O Corpo Idealizado – o Corpo Real**. 4o Colóquio de Moda – 29 de setembro a 02 de outubro de 2008 – FEEVALE – Novo Hamburgo - RS.

MUNNIZ, Letticia. **Tem que ter muita audácia pra criticar o corpo da @yasminbrunet!!!** São Paulo, 14 de janeiro de 2024. Instagram, @letticiamunniz. Acesso em 15 jan. 2024.

NASCIMENTO, Christiane Moura; PRÓCHNO, Caio César Souza Camargo; SILVA, Luiz Carlos Avelino da. **O corpo da mulher contemporânea em revista**. Fractal: Revista de Psicologia, v. 24, p. 385-404, 2012.

PRICE, Jeanne & ZAMKOFF, Bernard. **Grading techniques for fashion design**. Second edition - New York: Fairchild publications, 1996.

QUEIROZ, Renato da Silva e OTTA, Emma. **A beleza em foco: condicionantes culturais e psicobiológicos na definição de estética corporal**. In: O Corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza / Renato da Silva Queiroz organizador. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

RIBEIRO, José Carlos & MATOS, Mariana. **As performances de influenciadoras digitais de moda plus size na plataforma digital Instagram.** Dobras, São Paulo, número 36, p.38-55, setembro – dezembro, 2022. <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras> | e-ISSN 2358-0003

SALLES, Bruna. **"A Disneylândia das gordas": o Pop Plus e as feiras de moda plus size no Brasil.** Dobras, São Paulo, número 33, p.38-55, setembro – dezembro, 2021. <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras> | e-ISSN 2358-0003

STRINGS, Sabrina. **Fearing the Black Body:** The Racial Origins of Fat Phobia (English Edition). New York: New York University Press, 2019.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza:** como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres / Naomi Wolf; tradução Waldéa Barcellos. – 1. Ed. – Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.