

VESTUÁRIO PARA PÚBLICO *PLUS SIZE* FEMININO: ESTUDO DA APLICABILIDADE DE MEDIDAS REGIONAIS NA PERSPECTIVA DA EDUCAÇÃO INCLUSIVA

Yane Ondina de Almeida

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Goiás, Campus Aparecida de Goiânia;
CEP 74968-755, Aparecida de Goiânia, Goiás; yane.almeida@ifg.edu.br

Resumo

O estudo que ora apresento traz os resultados da pesquisa de mestrado intitulada “Vestuário para público *plus size* feminino: estudo da aplicabilidade de medidas regionais na perspectiva da educação inclusiva”, a saber, os biótipos presentes na região metropolitana de Goiânia, com as respectivas tabelas de medidas fundamentais que, por sua vez, cumprem com o objetivo educacional ao direcionar os alunos, usuários, empresários e demais interessados no setor de confecção e moda. Trata-se, portanto, de uma pesquisa inovadora ao suprir a ausência de medidas antropométricas regionais femininas e disponibilizá-las aos alunos dos cursos de moda e vestuário, atendendo, assim, ao princípio da educação inclusiva.

Palavras-chave: Vestuário *plus size*. Medidas antropométricas. Educação inclusiva.

Área Temática: Moda

1. Introdução

Este estudo se refere à pesquisa de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT) do Instituto Federal de Goiás (IFG), intitulada “Vestuário para público *plus size*¹ feminino: estudo da aplicabilidade de medidas regionais na perspectiva da educação inclusiva”, que buscou suprir a ausência de medidas antropométricas regionais femininas e disponibilizá-las aos alunos dos cursos de moda e vestuário da região, a partir do Produto Educacional “Guia de práticas de ensino para modelagem de vestuário *plus size*” (Almeida e Brito, 2023), elemento componente da pesquisa.

O recorte estudado se concentra na região metropolitana de Goiânia, com dados reais do mercado, medidas fundamentais de busto, cintura e quadril, fornecidas por empresas de confecções locais, parceiras do projeto, que atendem exclusivamente o público com proporções corporais endomórficas². Destaco que as referências métricas encontradas evidenciam os biótipos e estes foram comparados aos biótipos da região sudeste do Brasil, única aferição antropométrica regional concluída no projeto nacional, SizeBR³. O que demonstra a exclusão

¹ *Plus size* é um termo em inglês que significa “mais tamanho”, usado pelo mercado para identificar o público que veste tamanho superior ao nº 48 (Aires, 2009).

² Endomórficas ou endomorfo é a denominação dada ao tipo físico arredondado e macio, encontrado por William Sheldon (1940) durante estudos feitos em estudantes americanos (Sabrá, 2009).

³ *SizeBR* – projeto brasileiro de aferição de medidas com uso de body scanner por extrato de idade e região geográfica, baseado em projetos internacionais como *SizeUSA* e *SizeUKA* (Bastos *et al.*, 2014).

da moda, em sua gênese, a partir de seus padrões de beleza e estética corporal, que priorizam os corpos longilíneos em detrimento aos demais.

Ao priorizarem estes valores, danos são causados ao processo educativo, por isso, a averiguação traz ao aluno uma visão ampla com intenção de acolhimento da diversidade corpórea. Este é o olhar de Aires (2019) que evidencia o movimento histórico de reconhecimento do público *plus size*. Nesse sentido, esta pesquisa traz, através do referencial antropométrico, uma possibilidade real de construção da modelagem para as pessoas com corpos volumosos. Esta, por sua vez, compôs o principal motivo de se estudar esta questão, ou seja, a necessidade de vestir todas as pessoas, sem distinção, afinal, todos nós, seres humanos, necessitamos de cobertura para nossos corpos.

Braga (2007) adverte que, no início da história, a moda era concebida como uma forma de adorno e proteção, em razão das condições climáticas. Posteriormente, muitas culturas atrelavam a motivos de pudor e destaque social, em determinados períodos históricos. Porém, seja qual for a motivação, nos dias atuais, conforme descreve Pires (2013), a sociedade hedocapitalista⁴ é impulsionada pelo consumo, pela busca da felicidade vinculada a autoestima e pertencimento, aceleradas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TCIs) que ditam o *lyfestyle*⁵ ideal.

O desafio, portanto, consiste em garantir que o direito de se vestir seja igualitário, principalmente, em tempos que se tem uma maior visibilidade das diferenças corporais, haja vista o crescimento do volume corporal da população. Conforme Pesquisa Nacional de Saúde (PNS, 2019), no Brasil, entre 2003 e 2019, a proporção de obesos e de pessoas acima do peso aumentou significativamente. Em 2019, um em cada quatro adultos do país estava obeso, isto é, 60,3% da população brasileira, com idade igual ou acima de 18 anos, está com excesso de peso ou obesidade. Entre os homens, isso representa 57,5%; entre as mulheres, 62,6% segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2019). Percebe-se, então, um número expressivo de pessoas e, como consequência, o aumento da demanda e a necessidade de medidas antropométricas regionais que atenda o anseio de referência e reconhecimento corporal deste público.

⁴ Hedocapitalista é um modelo de sociedade centrada no “ideal de vida feliz” com aliança entre “produção, consumo e prazer”, onde o capital principal é a beleza, que é também canal para aceitação social.

⁵ *Lifestyle* termo em inglês que significa estilo de vida, é um conjunto de características, personalidade e valores que representam o modo de vida de uma pessoa. É um conceito que estabelece padrões relacionados às escolhas, hábitos, consumo e comportamento.

2. Metodologia

Dados quali-quantitativos foram usados para contextualizar o estudante e leitor sobre a importância dos significados e percepções que temos do corpo. Para Le Breton (2012), o corpo é o eixo e a relação com o mundo, daí a importância de se reconhecer os aspectos excludentes da história da moda, no que diz respeito ao acolhimento à diversidade corporal, na educação, especificamente, na área do vestuário e moda.

Aqui, priorizei os cursos técnicos e de graduação dos Institutos Federais existentes no Brasil. Para tanto, foi feito um rastreamento nos sites dos IFs (Brasil, 2019) que possuem cursos na área de moda e vestuário assim dispostos: a) 20 cursos FIC; b) 1 curso EJA – qualificação; c) 13 cursos técnicos integrados ao ensino médio em tempo integral; d) 16 cursos técnicos subsequentes e concomitantes ao ensino médio; e) 2 cursos técnicos integrados ao ensino médio na modalidade EJA; f) 15 cursos de graduação; g) 3 cursos de pós-graduação lato sensu; perfazendo um total de 70 cursos de educação em moda e vestuário nos Institutos Federais.

Destaco que não há clareza de informação a respeito do estudo da diversidade corporal em nenhuma das unidades, o que se percebe é uma uniformidade nas disciplinas e conteúdos, com privilégio do efêmero e das sazonalidades temporais na trajetória histórica da moda. Conforme Aires (2019) dispõe,

foram verificados somente alguns cursos livres e temporários localizados na cidade de São Paulo, voltados apenas para dois temas dentro do mercado *plus size*: consultoria de imagem e modelagem. Ainda não há nenhum curso que ofereça uma ampla formação, de modo a abranger todos os setores da indústria de moda *plus size*, desde a criação e desenvolvimento de produto até sua comunicação e chegada ao ponto de venda. Em Nova York, nos Estados Unidos, não é muito diferente. A temática até chega a ser debatida mais frequentemente nas escolas de moda, no entanto mesmo em instituições famosas, como a PARSONS e a FIT, não há disciplinas específicas para moda *plus size* (Aires, 2019, p. 195).

Para o desenvolvimento do estudo, coletei dados de três empresas do segmento *plus size* atuantes na região metropolitana de Goiânia, duas delas com 20 anos de atuação no mercado, logo, asseguram a veracidade da realidade das fontes, haja vista que esta averiguação só é possível por outro meio com a aferição destes corpos em projetos antropométricos. Assim, as informações obtidas de tamanhos, números e medidas corporais fundamentais dos perímetros de cintura, busto e quadril me proporcionaram identificar as características físicas corpóreas estes consumidores, trabalhando com os seguintes critérios: repetição, média aritmética e gradação numérica necessária a uma tabela de medidas.

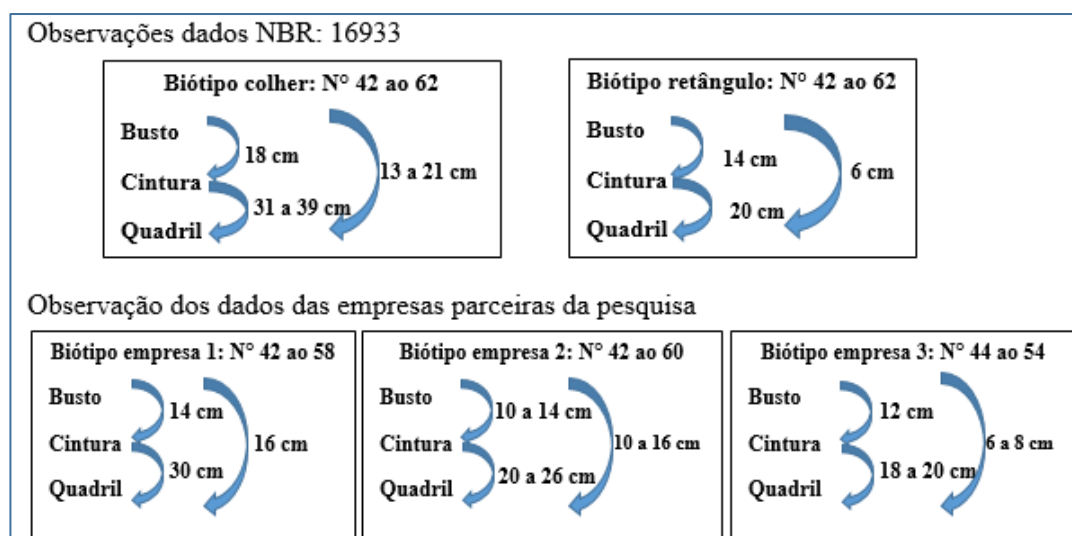
A coleta foi realizada no segundo semestre de 2022, baseada nos seguintes pontos:

Nota 1 – Não foram aferidas medidas de comprimento na pesquisa, visto que as referências

usadas na aferição do projeto SizeBR, exemplo de projeto antropométrico brasileiro, fixam-se nas medidas de circunferência (perímetro) de busto, cintura e quadril para definir os biótipos; Nota 2 – São avaliados os biótipos baseados na referência da ABNT NBR 16933, nos valores das diferenças entre busto/cintura, busto/quadril, cintura/quadril, para análise fidedigna somente com uso do software usado na aferição SizeBR. Nota 3 – É importante ressaltar que as medidas encontradas e sua correlação com o produto criado, desenvolvido, confeccionado e vendido dependem de tecidos, materiais, logísticas e métodos de modelagem correspondentes à história do produto, sendo, portanto, flexíveis a cada modelo e ou situação, não dependendo somente da tabela usada.

No primeiro momento, foi feita a leitura dos dados da NBR 16933 que serviram como parâmetros para reconhecer os biótipos de cada empresa, a diferença em centímetros das proporções entre busto, cintura e quadril podem ser encontradas nos biótipos retângulo e colher como é possível perceber na Figura 1, abaixo:

Figura 1 – Leitura comparativa dos biótipos NBR 16933 x empresas 1, 2 e 3



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Em seguida, fiz uma sistematização, realizando a leitura e a apuração dos dados antropométricos. Com isso, elaborei a sequência dos seguintes critérios: **A)** Desmembramento da medida que some duas numerações; **B)** A maior ocorrência/repetição da medida entre as opções; **C)** A média aritmética entre as alternativas; **D)** A preponderância em haver somente uma opção; **E)** Uso da escala de gradação. Os Quadros 1 e 2, trazidos na próxima seção, são uma resposta à lógica desses critérios.

3. Resultados e conclusão

Como resultado esperado tem-se o esclarecimento dos biótipos presentes na região metropolitana de Goiânia, com as respectivas tabelas de medidas fundamentais, que irão cumprir com o objetivo educacional ao direcionar os alunos, usuários, empresários e demais interessados no setor de confecção e moda. Foram comparadas as medidas com as da NBR 16933 e houve convergência na resposta dos biótipos da região metropolitana de Goiânia com a região sudeste, com biótipos, retângulo e colher, abaixo demonstradas.

Quadro 1 – Dados resultantes do biótipo colher – para fins didáticos

Tabela de medidas resultantes - biótipo colher										
Números	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60
Perímetro de busto	104	110	116	122	126	130	134	138	146	160
Perímetro de cintura	90	96	102	108	112	118	122	128	134	150
Perímetro de quadril	118	124	128	134	140	144	148	152	158	170

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Quadro 2 – Dados resultantes do biótipo retângulo – para fins didáticos

Tabela resultante: biótipo retângulo									
Número	44	46	48	50	52	54	56	58	
Perímetro do Busto	112	118	124	130	136	142	148	154	
Perímetro da Cintura	100	106	112	118	124	130	136	142	
Perímetro do Quadril	118	124	130	137	144	150	156	162	

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Durante a análise, as diferenças entre a norma da região Sudeste e as tabelas resultantes da pesquisa da região metropolitana de Goiânia, biótipo colher e retângulo, mostraram-se significativas, e as medidas regionais da presente pesquisa são maiores que as medidas da região Sudeste, assim distribuídas: Perímetro de busto varia de 8 a 18 cm, cintura de 12 a 26 cm e circunferência do quadril de 2 a 20 cm. Conclui-se, assim, que o volume corporal feminino da amostra da região metropolitana de Goiânia é maior que o volume corporal da região Sudeste. Esta constatação pode servir de incentivo para novas pesquisas interessadas em averiguar os porquês dessas medidas maiores.

Desse modo, espero que esta pesquisa possa influenciar na continuidade das investigações dos biótipos das demais regiões do Brasil, pois cada ponto descoberto no estudo do corpo na moda e suas implicações para o bem-estar humano, é benéfico no sentido de incluir a diversidade corpórea, existente neste país, com proporções corporais continentais.

4. Referências

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 16933**: Vestuário - referenciais de medidas do corpo humano, vestibilidade para mulheres, biótipos retângulo e colher. 1. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2021. 42 p. Disponível em: abntcatalogo.com.br. Acesso em: 28 jan. 2022.

AIRES, A. B. **De gorda a plus size**: a moda do tamanho grande. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

ALMEIDA, Y. O.; BRITO, W. A. **Guia de práticas de ensino para modelagem de vestuário plus size**. Instituto Federal de Goiás – IFG, 2023. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/741103>. Acesso em: 23 jul. 2024.

BASTOS, S. F.; SABRÁ, F. G.; ROSA, R.; FELIPE, L. **SizeBR**: o estudo antropométrico brasileiro. Rio de Janeiro: SENAI Cetiqt, 2014. Disponível em: http://arquivos.portaldaindustria.com.br/app/conteudo_18/2014/07/10/6822/SizeBR_Por.pdf. Acesso em: 22 jan. 2022.

BIÓTIPO. In: DICIONÁRIO online de português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/biotipo/>. Acesso em: 20 out. 2023.

BRAGA, J. **História da moda**. 7. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007. (Coleção moda e comunicação).

BRASIL. Ministério da Educação. **Instituições da Rede Federal**. Brasília, DF, MEC, 2019. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/rede-federal-inicial/instituicoes>. Acesso em: 16 set. 2021.

IBGE. Pesquisa Nacional de Saúde (PNS). **Atenção primária à saúde e informações antropométricas**. 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101758>. Acesso em: 6 mar. 2023.

IBGE. **Senso IBGE 2019**. IBGE, 2019. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/29204-um-em-cadaquatro-adultos-do-pais-estava-obeso-em-2019.html>. Acesso em: 17 maio 2022.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Trad. Sônia Fuhrmann. 6. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2012. 102 p.

PIRES, A. C. **Sociedade do glamour, ética do consumismo e a ontologia da verdade**: uma análise crítica da sociedade hedocapitalista. Academia EDU, 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/25172233/sociedade_do_glamour_%c3%89tica_do_consumismo_e_a_ontologia_da_verdade_uma_an%c3%81lise_cr%c3%8dtica_da_sociedade_hedocapitalist_a_1. Acesso em: 20 out. 2022.

SABRÁ, F. (org.). **Modelagem**: tecnologia em produção do vestuário. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. 158 p.