

ANÁLISE DA PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE MODA *PLUS SIZE* NOS ANAIS DO COLÓQUIO DE MODA

Analysis of the academic production concerning Fashion Plus Size in the proceedings of Colóquio de Moda

CARDOSO, Cibele Cristine; Graduada; IFRS Campus Erechim; cardoso.cibele@outlook.com¹
MESACASA, Andréia; Doutora; IFRS Campus Erechim; andreia.mesacasa@erechim.ifrs.edu.br²
DIAS, Camila Carmona; Doutora; IFRS Campus Erechim; camila.dias@erechim.ifrs.edu.br³
OLIVEIRA, Natálie Pacheco; Mestre; IFRS Campus Erechim; natalie.oliveira@erechim.ifrs.edu.br⁴

Resumo: O presente trabalho objetiva analisar a produção acadêmica sobre Moda *Plus Size* nos anais do Colóquio de Moda, procurando identificar o teor do interesse da escrita no período entre 2008 e 2017. Foram criados critérios de seleção, resultando na recolha de 22 artigos para serem interpretados à luz do corpo gordo e moda *plus size*. Como resultado, levanta-se a hipótese do tema ainda não ser atrativo ao mundo acadêmico, mesmo representando um nicho de mercado em crescimento acelerado nas últimas décadas.

Palavras chaves: *Plus Size*. Produção Acadêmica. Colóquio de Moda.

Abstract: This paper aims to analyze the academic production on Fashion Plus Size in the Colóquio de Moda proceedings, seeking to identify the content of interest and writing in the period between 2008 and 2017. For that, selection criteria were created, resulting in the collection of 22 articles to be interpreted in light of fat body and Plus Size Fashion. The hypothesis is raised that the topic is still not attractive to the academic world, even though it represents a market niche in rapid growth in recent decades.

Keywords: Plus size. Academic Production. Colóquio de Moda.

Introdução

Não é de hoje que se percebe um crescente interesse pela diversidade na Moda, que sempre foi território fértil do apelo à diferenciação. Guiado por um sistema criador de novos nichos de mercado visando o lucro ou pela real necessidade de inclusão do que está fora da norma propagada pela mídia e pela própria indústria da Moda, temas como corpos “fora do padrão” estão ganhando cada vez mais visibilidade e dentre esses, o corpo gordo vem tomando seu espaço. Como isso tem

¹ Graduada em Design e Moda no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Erechim.

² Doutora em Design (UFPR), docente da área da Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Erechim.

³ Doutora em História (UPF), docente da área da Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Erechim.

⁴ Mestre em Design e Marketing (Uminho), docente da área da Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Erechim.

influência nos fenômenos da Moda, é importante que a academia se aproprie e pesquise esses fenômenos.

O presente estudo, resultado do Trabalho de Conclusão de Curso para o curso Design de Moda do IFRS Campus Erechim, tem como objetivo principal analisar a produção acadêmica sobre moda *plus size* nos Anais do Colóquio de Moda no período compreendido entre 2008 e 2017, na tentativa de traçar um paralelo entre o interesse acadêmico pelo tema e publicações num dos maiores eventos científicos de Moda da América Latina. A escolha do interstício se deu em razão da disponibilidade de dados factuais no site, visto que nos anos anteriores a 2008 e posteriores a 2017, os arquivos não se encontram totalmente disponíveis. Ressalta-se ainda que os anos de 2018 e 2019 não foram totalmente disponibilizados pela plataforma no período de realização desta pesquisa e, em 2020, em decorrência da pandemia de Covid-19, o Colóquio de Moda fez a apresentação apenas de resumos expandidos, que também só foram publicados após o período de coleta de dados para esta pesquisa.

Para a produção deste trabalho, foram analisados artigos e livros que discursam sobre o corpo gordo e a Moda *Plus Size*, como o livro “De gorda a *Plus Size*: a Moda do tamanho grande”, de Liana Aires (2020); o artigo “O pavor da carne: risco da pureza e do sacrifício do corpo-imagem contemporâneo”, da Paula Sibilia (2008) e Lucimar Aparecida Silva em “Representações do corpo feminino na moda *Plus Size* no Brasil: um olhar multimodal em capas de revistas na versão online” (2021). Outros materiais compõem a fundamentação teórica com a finalidade de perceber a importância da moda *Plus Size* na contemporaneidade.

Estudos sobre a moda *Plus Size*

[...] os estudantes da graduação quase em sua totalidade somente refletem, ao finalizarem seus cursos, a respeito de um objetivo em comum: desenvolver vestuário para um público feminino considerado por nós hegemônico, ou seja, uma mulher magra que não chega a pertencer a tamanhos maiores do que o 44 (MATOS e LOPES, 2021, p. 137).

Aires (2020, p. 19) manifesta que “especialmente nos últimos dez anos, observamos a criação e intensificação do mercado de moda *plus size* em âmbito global, impulsionados por movimentos de valorização da diversidade que emergem na esfera contemporânea”. Já no século passado, o mercado voltou sua atenção para o nicho de mercado que atende corpos femininos



“corpulentos” ou “gordinhos”, e como afirma Aires (2020), nas últimas décadas, houve o aumento dos estudos voltados ao corpo gordo em vários aspectos e o interesse pelo corpo gordo seria inerente a área da Moda. Aires (2021, p. 9) diz que “o início de estudos sobre o corpo gordo no campo da Moda, especialmente nos EUA, influenciado pelos *Fat Studies*, área de investigação interdisciplinar que ganhou força ao pesquisar a história, a cultura e a teoria sobre o corpo gordo e a gordura”, e que a união dos *Fat Studies* com a Moda originou “o que algumas acadêmicas norte-americanas chamam de *Fat Fashion*”. Citando Deborah Christel (2014, *apud* AIRES, 2021), o “*Fat Fashion* reivindica que professores e designers tenham a responsabilidade de assegurar a indivíduos de todos os tamanhos e corpos que possam encontrar roupas conforme desejam e precisam disponíveis no mercado.” Aires (2021) explicita em seu artigo introdutório à Revista d[O]bras- dossiê “*Fat Fashion: Perspectivas Culturais*”, a necessidade de se repensar o ensino e pesquisa em Moda, rompendo com o discurso hegemônico sobre a obesidade e promovendo a “aceitação corporal e a saúde para pessoas de todos os tamanhos (2020, p. 9).

Como exemplo de pesquisas baseadas na conformidade do mercado ao nicho da moda *plus size*, um fenômeno muito interessante foi estudado como efeito de adaptação dessas medidas para o nível da aceitabilidade. Esse efeito, perceptível nas décadas de 1980 e 1990, é chamado *vanity sizing* ou “dimensionamento da vaidade”, este, “atua como um mecanismo disciplinar que regula a autoestima dos consumidores por meio do tamanho/ numeração da roupa, auxiliando na disseminação e reforço do padrão corporal magro” (AIRES, 2020, p. 120). Há múltiplos relatos e estudos sobre o efeito *vanity sizing*, abordando o tema pelo campo do Mercado, Psicologia e estudos teóricos da Moda, mostrando o quanto é rica a possibilidade de pesquisa.

Reconhece-se que há um movimento pelo ensino e pesquisa para além dos tamanhos apresentados como “padrão” para a indústria da Moda e, levando isso em consideração, uma questão central foi formulada para compor a análise para este trabalho: visto o aumento dos estudos sobre *Fat Fashion* e moda *plus size*, quantos artigos abordam declaradamente a moda *plus size*, nos diferentes temas possíveis de serem escritos, nos Anais do Colóquio de Moda?

Metodologia



Primeiramente, é necessário dizer que para a definição do método de levantamento de dados, observou-se dois artigos que fazem análises bibliométricas e foram publicados no Colóquio de Moda, ambos no ano de 2016: “Análise bibliométrica sobre o termo ‘Design de Superfície’ nos Anais do Colóquio de Moda”, de Franciele Menegucci e Marizilda dos Santos (UNESP), e “Um panorama da Gestão do Design nos Anais do Colóquio de Moda”, de Paola Zambon Azevedo, Carla Pantoja Giuliano e Fabiane Wolff; (Uniritter). Esses artigos fornecem dados, como número de artigos publicado entre os anos 2005 e 2016. Contudo, optou-se por fazer a contagem de todos os artigos novamente. A Tabela 1 utiliza o mesmo formato de divulgação de dados dos dois artigos. O período de levantamento do número de artigos publicados nos Anais foi de 15 de outubro a 20 de outubro de 2021, e nesse período há um número diferente dos números publicados pelos dois artigos.

Dito isso, esta pesquisa possui abordagem quantitativa para recolha e análise de dados sobre os artigos. Quanto aos objetivos, classifica-se como exploratória, como explica Gil (2019, p. 26) “a pesquisa exploratória têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses a serem testadas em estudos posteriores”, que é o que espera-se fazer com o levantamento de dados sobre publicações nos anais do referido colóquio. Em relação ao procedimento técnico, pauta-se na pesquisa bibliográfica e, em relação à técnica, a análise de conteúdo conforme propõe Gil (2019, p. 71) que foi uma técnica inicialmente utilizada para forma quantitativa, mas que “veio possibilitar fazer inferências acerca da sociedade e da cultura em que se manifestam as comunicações”.

O método utilizado para este artigo foi delineado conforme apresenta a Tabela 1:

Tabela 1: Método de análise dos artigos.

Etapa	Atividade
1	Contagem de todos os artigos publicados no interstício de 2008 a 2017 disponíveis no site do Colóquio de Moda no link “Anais”.
2	Seleção do campo semântico para “moda <i>plus size</i> ”: possíveis palavras associadas a moda <i>plus size</i> .
3	Análise de título, resumo e palavras-chaves de todos os artigos do interstício de 2008 a 2017 disponíveis no site do Colóquio de Moda no link “Anais” e separação dos artigos nos quais as palavras do campo semântico estavam contidas.
4	Análise dos dados numéricos relativos aos artigos que continham a expressão <i>plus size</i> quanto a sua aparição, tipos de tema dos artigos e palavras-chaves geradas a partir do tema.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Resumindo, optou-se por examinar todos os trabalhos publicados na Comunicação Oral (CO), Grupo de Trabalho (GT) e Pôster (PO), no interstício de 2008 e 2017 e disponíveis na página dos Anais do Colóquio de Moda. Procedeu-se a análise de todos os Títulos, Resumos e Palavras-chaves, esperando-se encontrar a expressão “*plus size*” ou seu campo semântico como forma de seleção dos artigos. Os resultados serão apresentados a seguir.

Resultados

Na 1ª etapa fez-se a contagem de todo os trabalhos disponíveis no link “Anais” do Colóquio e Moda. Um total de 2.789 artigos foram publicados no interstício escolhido, conforme Tabela 2 que será apresentada adiante quando da 3ª etapa. Na 2ª etapa, procedeu-se a seleção dos termos que compunham o campo semântico que representa a expressão *plus size*, sendo elas: *plus size*, corpo gordo, tamanhos especiais, obesidade, *small size*, moda inclusiva, estética, conforto, medidas, padronização de tabela de medidas, tabela de medidas, corpo modelo, corpo padrão, acima do peso, fora do peso, saúde, corpo feminino.

A partir dessa seleção, realizou-se a 3ª etapa, referente a apuração dos artigos que apresentassem no título, resumo ou palavra-chave pelo menos um dos termos listados, que resultou em 22 artigos selecionados, que discursam desde ergonomia e tabela de medidas a saúde e padrão estético.

Tabela 2: Edições do Colóquio com total de publicações e quantidade de artigos que mencionam “plus size”.

Edição do Colóquio de Moda	Total de Artigos publicados no site (Anais)	Artigos que mencionam as palavras do campo semântico de <i>plus size</i>
IV Colóquio de Moda (2008)	211	1
V Colóquio de Moda (2009)	177	3
VI Colóquio de Moda (2010)	289	1
VII Colóquio de Moda (2011)	265	1
VIII Colóquio de Moda (2012)	322	0
IX Colóquio de Moda (2013)	284	2
X Colóquio de Moda (2014)	235	4
XI Colóquio de Moda (2015)	323	3
XII Colóquio de Moda (2016)	292	3
III Colóquio de Moda (2017)	391	4

		SILVEIRA, Icléia
2015	Comportamento do consumidor: Relações entre a consumidora <i>Plus Size</i> a Loja Online	PEREIRA, Amanda Aylim da Silva ENGELS, Juliana
2015	Corpo em Construção midiática e mercadológica: O caso do Antagonismo <i>Plus Size</i>	MARTINS, Marcelo Machado VILELA, Ilca Suzana Lopes
2016	Modos de ser e existir no universo <i>Plus Size</i> : Uma análise de comunidades do Facebook dedicados ao público "Grandes Tamanhos" pela indústria fashion	TANGERINO, Denise de P. C.
2017	As Inter-relações do corpo na contemporaneidade e o consumo da moda <i>Plus Size</i>	SANTOS, Sabrina Pereira dos ROCHA, Maria Alice Vasconcelos MARTINS, Marcelo Machado
2017	Ergonomia no vestuário feminino <i>Plus Size</i> : Os valores subjetivos da modelagem	DAMASCENO, Ana Carolina Beserra Dornas MACEDO, Amanda SANTOS DE ALMEIDA, Regina Célia

Fonte: elaborado pelas autoras.

Finalizando, do total de 2.789 artigos publicados no interstício selecionado, apenas 22, ou seja, 0,78% abordam o tema *plus size* ou seu campo semântico e apenas 0,21% abordam o tema *plus size* diretamente. Fica evidente que no interstício selecionado, não houve grande interesse acadêmico em pesquisar a moda *plus size*.

Considerações finais

O Colóquio de Moda é um dos maiores eventos acadêmicos de Moda da América Latina e território fértil para discussão de assuntos relevantes, sendo vitrine para as diversas pesquisas realizadas por instituições de educação. Nesse contexto, é possível encarar como hipótese que as poucas abordagens sobre o tema moda *plus size* nas pesquisas publicadas nos Anais do Colóquio de Moda entre 2008 a 2017, indicam um desinteresse acadêmico, na época citada, por esse campo de pesquisa. Apesar disso, é importante dizer que os *Fat Studies* e *Fat Fashion* estão tomando forma no Brasil. A última edição de 2021 da Revista dObr[s], de número 33, disponibilizada no final de novembro, tem como tema o dossiê "*Fat Fashion: Perspectivas Culturais*". Isso pode ser sinal que os estudos sobre *plus size* devem aumentar nos próximos anos.

Finalizando, pesquisas de diferentes temáticas sobre a Moda *Plus Size* são importantes, visto que o corpo gordo está ganhando visibilidade e o *plus size* é um nicho de mercado que, segundo a Sebrae (2021), tem expectativa de crescimento de 10% ao ano nos próximos anos apenas no Brasil.

Referências

AIRES, A. **De Gorda A Plus Size: a moda do tamanho grande.** São Paulo- SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

AIRES, A. Fat Fashion: perspectivas culturais. **dObra[s]** – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], n. 33, p. 8–13, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i33.1425. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1425>. Acesso em: 3 dez. 2021.

AZEVEDO, P. Z.; GIULIANO, C. P.; WOLFF, F. **Um panorama da Gestão do Design nos Anais do Colóquio de Moda** (2016). Artigo publicado no 12^o Colóquio de Moda. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACA O-ORAL/CO-01-Design/CO-01-UM-PANORAMA-DA-GESTAO-DE-DESIGN-NOS-ANAIS-DO-COLOQUIO-DE-MODA-FINAL.pdf>. Acesso em: 16 out. 2021.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 7^a ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MATOS, C. de H. S.; LOPES, H. P. **Sociedade gordofóbica: discursos relativos ao vestuário de gordas.** **dObra[s]** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], n. 33, p. 135–152, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i33.1434. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1434>. Acesso em: 2 dez. 2021.

MENEGUCCI, F.; MENEZES, M. S.. **Análise bibliométrica sobre o termo ‘Design de Superfície’ nos Anais do Colóquio de Moda.** Artigo publicado no 12^o Colóquio de Moda, 2016. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACA O-ORAL/CO-02-Ensino-e-Educacao/CO-02-AnalisebibliometricasobreotermodesigndesuperficieFINAL.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.

SEBRAE. **Conheça o potencial de mercado da moda plus size. Artigo informativo.** São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-plus-size-explore-este-nicho-de-mercado,5e48088ec0467410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 29 nov. 2021.

SIBILIA, P. **O pavor da carne: riscos da pureza e do sacrifício no corpo-imagem contemporâneo.** *Revista FAMECOS*, 11(25), 68-84. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2004.25.3286>. Acesso em: 10 nov. 2021.

