

DESENVOLVIMENTO DE ROUPAS PARA GORDAS

CLOTHING DEVELOPMENT FOR FAT WOMEN

Matos, Cynthia de Holanda Sousa; Mestra; Centro Universitário Farias Brito,
cynthiasousa@terra.com.br¹

Lopes, Acã Tacira Teçá Pinheiro; Doutor/a; Universidade Federal de Alagoas,
aca.lopes@eta.ufal.br²

Grupo de Pesquisa Laboratório de Chafurdos da Moda (LabCHAMO)³

Resumo: o objetivo desta pesquisa é desenvolver peças do vestuário para mulheres gordas acima do tamanho 50. Para tanto, de forma qualitativa, abordamos uma proposta metodológica realizada a partir de um grupo de estudos em uma instituição de ensino superior com participação das comunidades interna e externa.

Palavras-chave: gorda; grupo de estudos; modelagem.

Abstract: the aim of this research is to develop garments for fat women above size 50. We developed a qualitative investigation with a methodological proposal carried out from a study group in a higher education institution with the participation of internal and external communities.

Keywords: fat woman; study group; modeling.

Introdução

A cidade de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, não possui um número significativo de lojas que comercializem vestuário para mulheres que trajem tamanhos maiores do que o 50 ou 52. A pouca oferta encontrada ainda traz como principal problema o custo das roupas que, para uma parcela da população, é considerada para além do seu poder aquisitivo. Mesmo em um *shopping center* popular, como o Centro Fashion Fortaleza, o valor das peças para o público gordo ainda é superior se compararmos ao público magro. Nos *shoppings centers* de Fortaleza, a oferta de lojas

¹ Mestra em Psicologia pela Universidade de Fortaleza (Unifor). Especialista em Desenvolvimento de Produtos de Moda e Tecnóloga em Estilismo em Moda pela Faculdade Católica do Ceará (FCC). Professora do curso tecnológico em Design de Moda do Centro Universitário Farias Brito (FB UNI). Membro do grupo de pesquisa LabCHAMO, vinculada à linha de pesquisa Cultura Visual e Moda.

² Doutor/a em Estudos Contemporâneos pela Universidade de Coimbra (UC). Mestre/a em Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Bacharel/a em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professor/a do quadro efetivo do curso técnico em Produção de Moda da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), atuando como vice-coordenador/a. Líder do LabCHAMO.

³ Certificado pelo CNPq, busca promover a interdisciplinaridade permitida à própria natureza ilógica do fenômeno Moda, considerando a história e a crítica das imagens nesse fenômeno, ao constituir-se como uma oficina de rede de contatos investigativos em eixos basilares, como a cultura visual, as narrativas biográficas, juntamente com as questões têxteis e o direito na Moda. Espelho do grupo: dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/4771336609188405

para o público gordo é pequena. Em alguns locais, não chega a ter nem cinco lojas, enquanto para o público magro a oferta é satisfatória.

Além da oferta ser pequena, mulheres e homens gordos não encontram com facilidade vestuário com tendências de moda. É necessário sofrer e emagrecer para alcançar o direito de vestir-se como deseja. Como dispõe Gurgel (2018, p. 22), “as coisas só dariam certo quando estivesse magra”. É necessário “se encaixar e parecer com as outras, magras” (GURGEL, 2018, p. 15). Temos uma sensação de que a mulher gorda somente começará a ser aceita socialmente após o emagrecimento e percebemos isso ao depararmos com o sentimento de Gurgel (2018, p. 16): “Todos pareciam viver e eu não, pois estava sempre em busca do corpo certo para iniciar minha vida”. A aceitação de todos os tipos de corpos tem começado a ser posta em prática, afinal o padrão somático magro e jovem ainda é o que prevalece.

O presente texto traz uma investigação com abordagem qualitativa sobre o desenvolvimento de modelagens para o corpo feminino gordo, focando nos tamanhos maiores que 50 ou 52, posto que tais tamanhos ainda são ofertados por algumas lojas, a exemplo, C&A, Renner e Riachuelo. Tamanhos maiores como o 60 ou 70 não são encontrados com facilidade em Fortaleza, até mesmo nas marcas que se consideram *plus size*. Outro ponto a ser destacado é que os cursos de Design de Moda da cidade não possuem em seus currículos disciplinas de modelagem plana que atenda ao corpo gordo maior. Visando tal lacuna e com foco no estudo desenvolvido pela autora principal e com o apoio da instituição de ensino superior Centro Universitário Farias Brito (FB Uni), colocamos em prática o Grupo de Estudo em Modelagem Plus Size.

Discussão teórica: gordas menores e gordas maiores

As mulheres que vestem para além do tamanho 44 ou 46 já são consideradas *plus size* (BETTI, 2013; TILIO, 2014; SGARBI, 2018; SOUSA JÚNIOR e MELO, 2019). Já Limatius (2018) informa que, na Europa, o tamanho *plus size* inicia no 46; mas Ribeiro (2012) declara que, a partir do 42, já podemos considerar este ser um tamanho grande. Ou seja, não há uma numeração padrão que possamos considerar que a pessoa passa de magra para gorda.

Betti (2013, p. 1) relata que o tamanho dos indivíduos maiores que o 44 ou 46 “difícilmente estão incluídos nas grades de numeração da maior parte das lojas e marcas de roupas”.

Há um problema para as gordas maiores, pois algumas lojas ainda possuem uma numeração que atende aos tamanhos 50 ou 52. Entretanto, acima deles, já se torna uma oferta insignificante. É como dispõe Marcelja (2015, n. p.): há “uma inversão de importâncias, as formas do corpo deveriam se adaptar à peça, e não o contrário”.

“No ativismo gordo no Brasil, uma discussão central é a questão das denominações sobre gordas menores e maiores. Como as questões de autoaceitação, moda e beleza ainda atingem mais mulheres e vendem muito, acaba acontecendo, nesse processo, a invisibilidade das gordas maiores”. (JIMENEZ, 2020, p. 199) De acordo com Jimenez (2020), as gordas maiores tendem a sentirem maior dificuldade na obtenção de vestuário com tendências de moda, posto que a oferta das lojas somente atende a tamanhos considerados para a gorda menor. Há uma invisibilidade por parte da sociedade da gorda maior, como se fosse necessário emagrecer para ter acesso ao vestuário e “quanto mais gorda, mais gordofobia se sofre” (JIMENEZ-JIMENEZ, 2020, p. 178).

O consumo para as pessoas gordas diz respeito a “remédios para emagrecimento, atividades físicas, procedimentos estéticos” (AIRES, 2019, p. 19). O consumo de vestuário de moda torna-se quase impossível para a pessoa gorda, a não ser que busque o emagrecimento.

E por qual motivo usar a palavra gordo em substituição a obeso? Com base em Aires (2019, p. 20), observamos que a palavra obesidade “está associada a um problema de saúde, enquanto a gordura consiste numa rotulagem política do corpo, que tem múltiplos significados”. De acordo com a autora, a palavra “gordura denota não apenas o peso, mas também uma avaliação moral do corpo e da pessoa gorda” (AIRES, 2019, pp. 20–21). Assim, as pessoas gordas começaram a dar um outro viés à palavra “gorda”, antes vista como algo ruim para usá-la apenas como antônimo de magra, valorizando assim todos os tipos físicos, magros ou gordos.

O início do projeto do grupo de estudo

Como a pesquisadora principal ensina em instituições superiores em cursos de moda desde o ano de 2011, teve a oportunidade de perceber que, no ensino da modelagem plana do vestuário, só os tamanhos menores eram abordados, no caso feminino, o tamanho 40 e, no masculino, o tamanho o 42. Assim, um tamanho maior do que o 46 não era desenvolvido, nem em casos de desfiles nas instituições. É importante salientar que a pesquisadora principal já era uma



mulher gorda menor desde que passou a ter hipotireoidismo e, ao longo dos anos, foi adquirindo mais peso corporal. Por isso, vivencia pessoalmente o problema de não encontrar, em algumas lojas de vestuário, roupas compatíveis com sua formação corporal.

A pesquisadora principal, em seu mestrado (MATOS, 2015), já abordou alguns problemas pelos quais as pessoas magras demais ou gordas, para além dos tamanhos comercializados nas lojas, sofrem ao desejarem realizar uma compra de vestuário. Ao iniciar o doutorado (no atual momento se desligou em decorrência da pandemia da covid-19, pretendendo retornar quando tudo estiver normalizado), decidiu investigar sobre o corpo gordo feminino maior.

Contando com o auxílio do FB Uni, principalmente na figura da coordenadora do curso de Design de Moda, Rafaelle Moura, criou-se o Grupo de Estudo em Modelagem Plus Size. As primeiras conversas para a implantação do grupo iniciaram em 2019. No entanto, decidiu-se começar no ano seguinte e, com o surgimento da covid-19, somente teve início no segundo semestre de 2021. O objetivo principal do grupo de estudo é desenvolver peças do vestuário para as mulheres gordas maiores de Fortaleza. E como objetivos específicos, pretendemos: a) avaliar a conformação corporal da mulher gorda fortalezense e suas necessidades em relação ao vestuário; b) verificar se a tabela de medidas disposta na obra de Mukai (2020) atende ao corpo das fortalezenses; c) desenvolver protótipos de vestuário em tecido plano que atenda às exigências do público *plus size* acima do tamanho 50; e d) realizar testes de conforto e usabilidade das peças desenvolvidas pelo grupo de estudo.

Em 2021, a instituição seguia rigidamente todas as regras impostas em relação a não disseminação pandêmica da doença. Por essa razão, o limite de participantes do grupo era de apenas quinze pessoas. Os participantes do grupo de estudo poderiam ser pertencentes à instituição ou não. Os encontros eram quinzenais, sempre em dias de terça-feira, com aproximadamente três horas de duração, das 14 horas até as 17 horas. No primeiro semestre de realização dos encontros do grupo, utilizamos também a participação remota através da plataforma Microsoft Teams. Todavia, quem tinha acesso eram as pessoas pertencentes à instituição. Após um semestre, chegamos à conclusão que o uso da plataforma não havia colaborado ao grupo de estudo, pois as pessoas não participavam assiduamente como aquelas que vinham presencialmente.



Modelagens desenvolvidas

Foi encontrada apenas uma obra na língua portuguesa de modelagem *plus size* da autora Marlene Mukai (2020). Estamos usando a publicação nas atividades do grupo de estudo. Em algum momento, se necessário, fazemos uso de outras publicações que não atendem aos tamanhos maiores, contudo que nos auxiliam nas atividades de confecção das modelagens.

O primeiro traçado desenvolvido foi a base da saia, seguindo as medidas retiradas da obra de Mukai (2020). Como pretendíamos realizar a montagem e a prova de roupa, foi solicitado a uma das participantes que se tornasse a modelo de prova. Ela teve acesso à tabela de medidas trabalhada pela autora (MUKAI, 2020) e nos informou que seu tamanho seria o 60. Ao realizarmos a prova de roupa, constatamos que a peça de vestuário ficou grande em seu corpo e decidimos realizar a tirada de medidas da modelo e constatamos que seu tamanho era menor: 58. Mesmo com as novas medidas da modelo, foi possível perceber que ela possui uma medida de circunferência de cintura menor do que a tabela disposta na obra de Mukai (2020), bem como em relação à altura do quadril.

O traçado seguinte foi a base do corpo (do ombro até a altura do quadril), utilizamos a tabela de medidas do tamanho 58, mas ainda não realizamos nenhuma peça-piloto com essa base. Optamos por realizar todas as bases para, em seguida, começarmos a utilizá-las para desenvolver peças do vestuário. Como, no primeiro semestre do grupo de estudo, os encontros eram quinzenais e existiu encontro que não houve nenhuma participação, somente foi possível realizarmos o traçado da base da saia e da base do corpo. Também foi possível perceber que, no período de provas da instituição, há uma frequência menor de participantes, posto que os alunos estão estudando para as avaliações do curso. Para o ano seguinte, refletimos que a proposta do grupo de estudo ser quinzenal não favorecia a permanência de integrantes, visto que não havia uma constância. Assim sendo, decidimos que haveria uma modificação na periodicidade dele. O grupo de estudos funcionaria da seguinte forma: três encontros consecutivos, sempre às terças-feiras e uma semana de descanso em cada mês para que fosse possível os participantes refletirem sobre o que estava sendo confeccionado pelo grupo de estudo.

Com a nova disposição de encontros, tivemos a participação de, no máximo, cinco pessoas, porém ainda houve desistência no percurso. Além disso, uma participante queria desvirtuar



o foco do grupo, manifestando o interesse em desenvolver peças para si própria, quando possui tamanho 40. A primeira base desenvolvida em 2022 foi a da calça no tamanho 58. Com as três bases modeladas (saia, blusa e calça), foi possível darmos início ao desenvolvimento das interpretações. O primeiro modelo desenvolvido foi uma bermuda na altura dos joelhos. Também desenvolvemos a modelagem de um vestido evasê, todas essas variações estão dispostas na obra de Mukai (2020).

Antes de darmos início ao segundo semestre de 2022, a coordenadora do curso de Design de Moda do FB Uni perguntou se ainda era interessante continuar com o grupo de estudo, dada a pouca participação e a não remuneração da pesquisadora principal. Embora haja uma divulgação satisfatória do grupo de estudo, tanto nas redes sociais da instituição como na da autora principal e da coordenadora, o número de participantes é pequeno. Atualmente, temos a participação de cinco pessoas, porém apenas quatro foram ao primeiro encontro que ocorreu no dia 16 de agosto de 2022.

Consideramos que um grande avanço é que o grupo de estudo se transformou em uma disciplina optativa do curso de Design de Moda do FB Uni, intitulada Modelagem Plana Feminina Plus Size e está sendo ministrada juntamente com o grupo de estudo. Temos a participação, no início de apenas uma aluna, mas consideramos que, no futuro, haja outras pessoas interessadas em cursarem-na. Outro avanço é que o grupo de estudo irá participar do Fashion Day FB Uni, um evento de moda que será no dia 8 de novembro de 2022 na instituição. Iniciamos, no primeiro encontro, as conversas sobre a participação e decidimos desfilarmos no mínimo cinco *looks* ou até oito *looks*. As modelos serão de preferência mulheres sem experiência em passarela e que não sejam profissionais de um grupo hegemônico de fenotípico magro, afinal o desejo do grupo de estudo é produzir modelagens para o público gordo maior em geral e não para os corpos utilizados como modelo de fotos ou passarela.

Para auxiliar no desenvolvimento das peças para o desfile, utilizamos como guia uma tabela de medidas proposta por Rosa (2017). São, ao todo, 35 medidas retiradas de cada uma das pessoas que pretendem desfilarmos. Com elas, pretendemos desenvolver as modelagens das peças primeiramente no tecido algodãozinho, se possível, para, em seguida, desenvolver no tecido final.



Considerações não (finais)

O encontro do dia 23 de agosto de 2022 consistiu em uma reunião com os participantes do grupo de estudo para decidir sobre o tema do desfile, as peças de vestuário e quem poderia ser convidada para ser modelo. As pessoas convidadas não poderiam ser modelos profissionais, e sim mulheres do público em geral, afinal deseja-se criar peças de vestuário para o público *plus size* feminino de Fortaleza.

No dia 27 de agosto de 2022, um dos participantes marcou com sua modelo na instituição de ensino e efetuamos a tirada de todas as medidas. Como a pessoa havia levado seu namorado e, mesmo sabendo que o estudo só tem foco em mulheres, um dos participantes do grupo de estudo demonstrou interesse em desenvolver um vestuário para o rapaz que também é um gordo maior. No dia 30 de agosto de 2022, efetuamos a tirada de medidas de mais quatro mulheres, perfazendo até o presente momento seis pessoas para o desfile. Na semana seguinte ao dia 30 de agosto de 2022, iniciaremos as modelagens de cada participante. Se possível, desenvolveremos os protótipos em tecido algodãozinho e, após a prova de roupa, será montada a peça final.

O desfile será nosso primeiro teste para verificar se as modelagens criadas realmente atende ao público gordo maior. Pretendemos, após o desfile, aplicar um questionário com cada pessoa que desfilou para obter informações sobre o vestuário em relação ao conforto e à usabilidade das peças. Como dispõe Jimenez-Jimenez (2020, p. 182), a “aceitação do próprio corpo com a concomitante despadronização da concepção de beleza é um processo que dura a vida inteira e nunca é algo fácil ou indolor”. O mercado de moda tem condições de tornar essa aceitação mais fácil, oferecendo vestuário com tamanhos maiores que possam atender aos vários tipos corporais.

Referências

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

BETTI, M. U. Gênero e consumo no mercado de moda plus-size. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 10, 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos**.



Florianópolis, 2013. Disponível em:

<http://www.fg2013.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1373318075_ARQUIVO_PAPERFAZENDOGENERO-MarcellaUcedaBetti.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2021.

GURGEL, A. **Pare de se odiar**: porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário. Rio de Janeiro: Best Seller, 2018.

JIMENEZ, M. L. **Lute como uma gorda**: gordofobia, resistências e ativismos. 237 f. 2020. Tese (Doutorado em Estudos da Cultura Contemporânea) – Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2020.

JIMENEZ, M. L. **Lute como uma gorda**. Rio de Janeiro: Casa Philos, 2020.

LIMATIUS, H. Fat, curvy or plus-size? A corpus-linguistic approach to identity construction in plus-size fashion blogs. *In*: JUTUNEN, H.; SANDBERG, K; KOBACAS, K. M. (eds.). **Search of Meaning**: Literary, Linguistic, and Translational Approaches to Communication. Tampere: University of Tampere, 2018. pp. 12–38.

MARCELJA, Karen Grujicic. A busca por uma identidade através da moda plus size. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2015. **Anais...** p. 1-15.

MUKAI, M. A. de S. **Modelagem prática especial plus size**. Santos: Edição da autora, 2020.

ROSA, Stefania. **Modelagem plana feminina**. Brasília: Senac, 2017.

RIBEIRO, V. K. **Engordurando o Mundo**: o corpo de Fernanda Magalhães e as poéticas da transgressão. 196f. 2012. Dissertação (Mestrado em Cultura Visual) – Faculdade de Artes Visuais (FAV), Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual (PPGCV), Universidade Federal de Goiás (UFG): Goiânia, 2012.

SGARBI, Barbara Vaz. Moda Plus Size Brasileira Feminina: Uma Análise do Cenário Contemporâneo. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO, São Paulo. 2018. **Anais...** pp. 120-135.

SOUSA JÚNIOR, João Henriques de; MELO, Francisco Vicente Sales. Moda além do “G”: Hábitos e preferências de consumo de vestuário de consumidores plus size. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, v. 17, n. 1, 2019.

TILIO, R. de. Padrões e estereótipos midiáticos na formação de ideais estéticos em adolescentes do sexo feminino. **Revista Ártemis**, v. 18, n. 1, pp. 147–159, jul.–dez. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/artemis/article/view/22542/12505>>. Acesso em: 22 fev. 2021.

