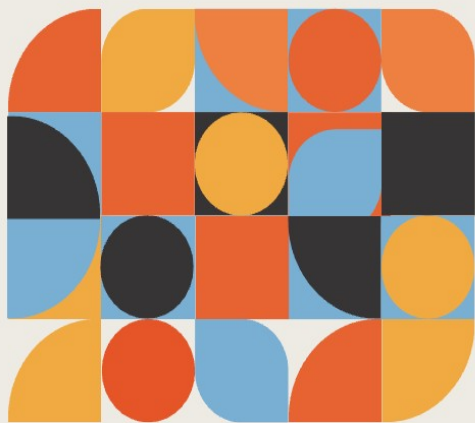




20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

MODA COMO FERRAMENTA DE INCLUSÃO E AUTOESTIMA PARA PESSOAS COM NANISMO

Fashion as a tool for inclusion and self-esteem for people with dwarfism

Victor, Graziela de Almeida; Graduanda; Centro Universitário Senac, grazielaVictor67@gmail.com¹

Vieira, Grazielle Orestes; Graduanda; Centro Universitário Senac, grazielleorestes@gmail.com²

Silva, Gabriel Lucas da; Graduanda; Centro Universitário Senac, g.lucasdasilva95@gmail.com³

Meneses, Emerson Silva; Doutor; Centro Universitário Senac/EACH-USP, emerson.smeneses@sp.senac.br,
emerson.meneses@usp.br⁴

Resumo: O artigo explora a relação entre a moda e o corpo com nanismo. Abordamos a invisibilidade a que esse corpo é relegado pelos padrões da indústria, e buscamos compreender de que forma a moda pode contribuir para a autoestima e representatividade de pessoas com nanismo. A partir de uma entrevista realizada com um casal com nanismo, discutimos as necessidades desse público e desenvolvemos duas peças: um sobretudo e um vestido.

Palavras chave: Nanismo; representatividade na moda; história oral

Abstract: The article explores the relationship between fashion and the body with dwarfism. We address the invisibility to which this body is relegated by industry standards, and seek to understand how fashion can contribute to the self-esteem and representation of people with dwarfism. Based on an interview with a couple with dwarfism, we discuss the needs of this public and develop two pieces: a coat and a dress.

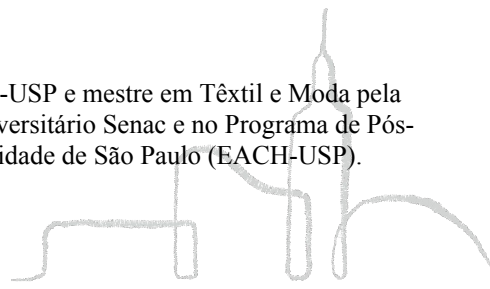
Keywords: dwarfism; representation in Fashion; oral history.

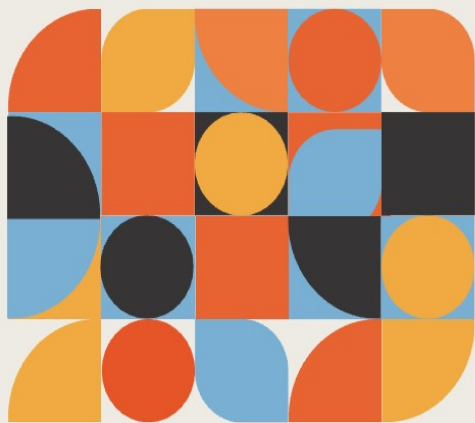
¹ Graduanda no curso de bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac.

² Graduanda no curso de bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac.

³ Graduando no curso de bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac.

⁴ Doutor em Ciências no Programa de Mudança Social e Participação Política pela EACH-USP e mestre em Têxtil e Moda pela mesma instituição. Professor no curso de bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac e no Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP).





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Introdução

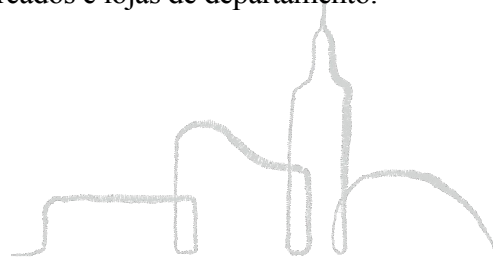
Este artigo explora a maneira como a moda contemporânea lida com pessoas com nanismo, com vistas a discutir as alternativas que a indústria pode oferecer a esse público. Para tanto, consideramos suas necessidades e as dificuldades enfrentadas.

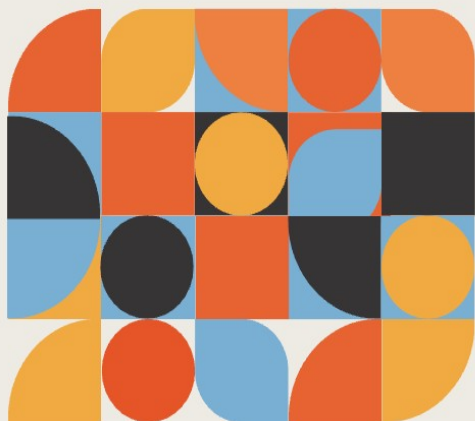
É fundamental reconhecer que o corpo com nanismo é frequentemente invisibilizado pela moda, dados os padrões de medida vigentes (Beneduzi, 2017). É preciso também lembrar que, conforme Crane (1993), a moda não é apenas um sistema de produção e consumo de vestimentas, mas também um poderoso sistema cultural que reflete e reforça normas sociais, identitárias e hierárquicas. Nesse sentido, pessoas com nanismo, especialmente na indústria da moda, enfrentam a falta de representatividade. Essa lacuna – facilmente perceptível em passarelas, campanhas publicitárias, mídias sociais e na oferta de modelagens específicas – impede esse segmento de encontrar roupas confortáveis e que permitam a expressão de seu estilo pessoal.

Segundo a pesquisadora Michele Simões (2017), essa ausência de representatividade intensifica a exclusão e invisibilidade de indivíduos com os mais diversos tipos de deficiência. Conforme enfatiza a autora, a indústria da moda deveria por princípio atender todos os corpos, já que vestir-se é uma necessidade universal. Isso não se dá, entretanto, uma vez que, via de regra, os corpos com deficiência não são vistos como consumidores. Caso houvesse uma maior representatividade essas pessoas poderiam se sentir mais confortáveis com seus próprios corpos e sua autoimagem. É crucial, portanto, promover o maior acesso à moda por parte de pessoas com deficiência.

Uma lente sobre o nanismo

De acordo com Dráuzio Varella (2024), nanismo é uma condição caracterizada por deficiência no crescimento, resultando em baixa estatura em comparação com a média populacional para idade e sexo. Frequentemente, indivíduos com nanismo necessitam de auxílio para tarefas cotidianas, como utilizar caixas eletrônicos, transporte público ou alcançar produtos em prateleiras de supermercados e lojas de departamento. Varella (2024) categoriza o nanismo em duas principais formas:





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Nanismo hipofisário ou pituitário: causado por distúrbios metabólicos e hormonais, em especial pela deficiência na produção do hormônio do crescimento ou por resistência do organismo à ação desse hormônio. É conhecido, também, por nanismo proporcional, porque o tamanho dos órgãos mantém a proporcionalidade entre si e com a altura do indivíduo.

Acondroplasia: considerada uma doença rara, o tipo mais comum de nanismo desproporcional é uma síndrome genética que impede o crescimento normal dos ossos longos (fêmur e úmero, especialmente), porque acelera o processo de ossificação das cartilagens formadoras de ossos. Isso faz com que as diferentes partes do corpo cresçam de maneira desigual (Varella, 2024, n/p)

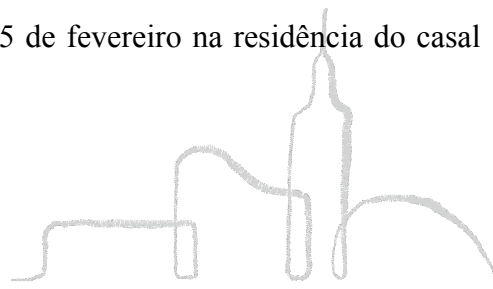
Conforme Beraldo e Bruno (2016), o cotidiano de pessoas com nanismo é repleto de desafios. A locomoção é dificultada pela menor extensão dos membros, e o desconforto postural é frequente, exemplificado pela necessidade de se alongar para alcançar itens em prateleiras de lojas e supermercados. Essas circunstâncias tornam frequentemente necessário o apoio, seja humano ou de ferramentas, para a execução de atividades comuns.

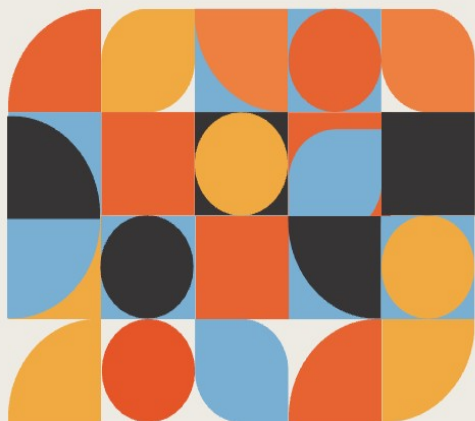
Beraldo e Bruno (2016) também ressaltam que a moda atual carece de opções de roupas com tamanhos e materiais apropriados para esse público. Ajustes nas peças são quase sempre imperativos, já que o mercado não oferece vestuário com as medidas ideais.

Paulo e Simone: levantamento de necessidades e o processo metodológico

Paulo, 42 anos, e Simone, 47 anos, são um casal residente na zona sul da capital de São Paulo. A entrevista, feita simultaneamente com os dois, foi semiestruturada, inspirando-se no método de História Oral, proposto pelo historiador José Carlos Sebe Bon Meihy (2002). Entre as variantes da História Oral descritas por esse autor, optamos pela História Oral de Vida, por envolver uma narrativa das experiências pessoais dos colaboradores, o que nos permite compreender como o indivíduo se relaciona com o mundo ao seu redor. Nessa modalidade, o colaborador é o protagonista e tem total liberdade para discorrer sobre suas vivências (Meihy, 2002).

O contato com o casal foi estabelecido em 7 de fevereiro de 2025, por indicação de um familiar de uma das autoras. Enviamos uma mensagem de texto explicando o objetivo da pesquisa e convidando-os para uma conversa. Eles prontamente aceitaram, e a entrevista foi agendada para 15 de fevereiro na residência do casal (figura 1).





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Figura 1 - Paulo e Simone em sua residência durante a entrevista



Fonte: foto dos autores

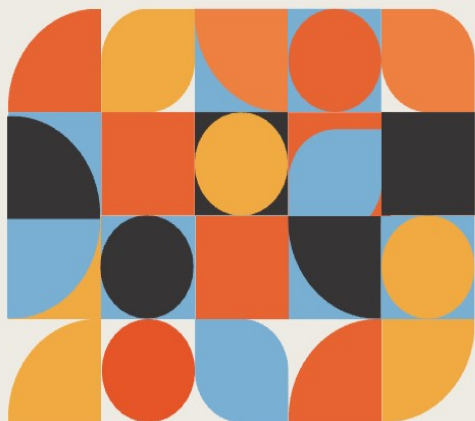
Representatividade na prática

A roupa é reconhecida como um elemento crucial para a expressão de valores, desejos e para o fomento da autoestima. Nos dias atuais, em que temas como diversidade e inclusão são cada vez mais pautados, a moda pode atuar como um agente de inclusão social, particularmente no contexto de pessoas com deficiência (Beneduzi, 2017). Apesar disso, o corpo com nanismo permanece invisível na Moda. A indústria, ao criar suas coleções, não se volta para esse público, o que se traduz na falta de modelagens específicas e na carência de acessibilidade em pontos de venda. Essa reflexão é confirmada por Beneduzi (2017):

De que maneira uma pessoa que não se encaixa nos determinados padrões de beleza pode se sentir representada, se não há identificação por parte dela com as imagens que são mostradas pela mídia? Uma possível solução para essa questão pode estar em uma ressignificação de conceitos por parte de quem cria, bem como de quem difunde a moda (Beneduzi, 2017, p. 9-10)

De acordo com o casal entrevistado, sua relação com a moda visa principalmente o bem-estar que as roupas proporcionam. Ambos compartilham um estilo casual básico. Ao questionarmos sobre o que é mais importante em uma peça – modelagem, tecido ou preço –, Paulo respondeu: “Os três são importantes, o preço precisa ser acessível, a modelagem precisa nos vestir bem, precisa ter um bom caimento, e ser um tecido fresco e confortável como o algodão, por exemplo”.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Sobre os locais de compra, Paulo e Simone afirmam que costumam comprar roupas em lojas de departamento. Em relação às compras online, Simone revelou: “Recentemente comprei uma rastreirinha na internet, foi a primeira vez que comprei algo de vestuário pela internet, foi bom e o pedido veio certo, mas me sinto receosa de comprar roupa”.

Um ponto frequentemente discutido, sobre a realidade de pessoas com nanismo, é a necessidade de adquirir roupas na seção infantil, devido à numeração. Questionado sobre isso, Paulo comenta: “Não preciso ir na sessão infantil, a não ser que tenha algo que me interesse. Vou na sessão adulta de numeração PP e P”. Ainda assim, a regra é que a peça adquirida precise de ajustes.

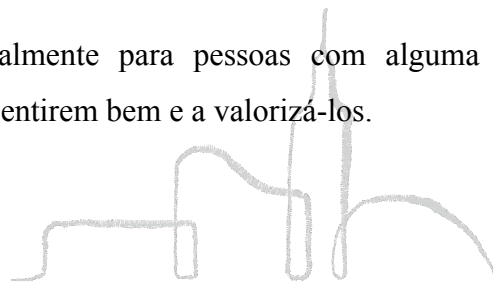
Ao abordarmos o atendimento em lojas e a inclusão, o casal relatou experiências de desprezo, olhares e situações desconfortáveis. Simone iniciou: “Algumas pessoas não nos dão importância, acabamos passando despercebidos porque acham que vai ser difícil encontrar roupa pra gente”. Paulo narrou ainda uma experiência recente: “Fui a uma loja, uma moça estava nos atendendo, e enquanto nós estávamos experimentando roupa eu percebi que ela estava me tratando de um jeito diferente de outra pessoa. Pensei em vários motivos pra ela estar nos tratando diferente, mas depois eu achei que era coisa da minha cabeça”.

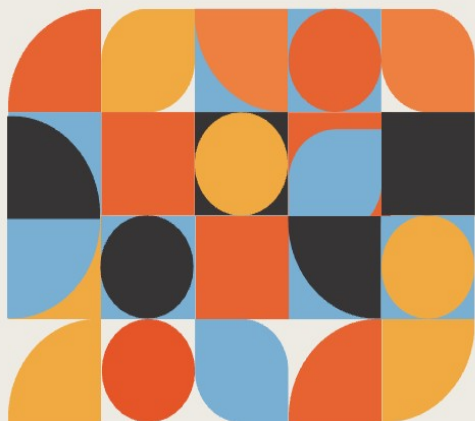
Moda como ferramenta de autoestima

Com base na entrevista realizada, foram identificadas as seguintes dificuldades enfrentadas por esse público:

- Dificuldade em encontrar roupas que se ajustem adequadamente;
- Falta de acessibilidade nos estabelecimentos comerciais;
- Ausência de modelagens específicas desenvolvidas para suas proporções;
- Gastos adicionais com ajustes em peças de vestuário;
- Carência de representação na mídia *fashion*.

A moda é uma ferramenta crucial para a autoestima, especialmente para pessoas com alguma deficiência. Ela as ajuda a se reconhecerem em seus próprios corpos, a se sentirem bem e a valorizá-los.





Após analisar as entrevistas, percebe-se que, além da limitada oferta de roupas, esse público também lida com o preconceito em ambientes comuns, onde deveriam encontrar acolhimento e escuta. Conforme já destacado, a moda, que tem o potencial de incluir, acaba por excluí-los ainda mais (Simões, 2017).

Materialização: sobretudo e vestido como resultados da pesquisa

Concluída a etapa de entrevista, o projeto avançou para a materialização das peças de desejo do casal. Optamos, seguindo as preferências por eles expressas, por criar um sobretudo preto para Paulo e um vestido rosa para Simone. Atendendo ao pedido de Paulo, o sobretudo foi confeccionado em lã batida, com forro de viscose. Para Simone, que solicitou um vestido rosa e sem zíper, escolhemos laise bordada forrada com viscose. Priorizando a facilidade ao vestir, o vestido incorporou elástico no cós e nas costas, além de uma abertura em gota com botão.

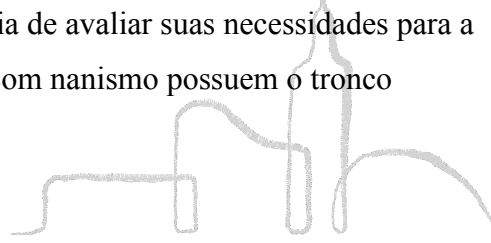
Para a produção dessas peças personalizadas, realizamos a tomada de medidas detalhadas do casal (tabela 1).

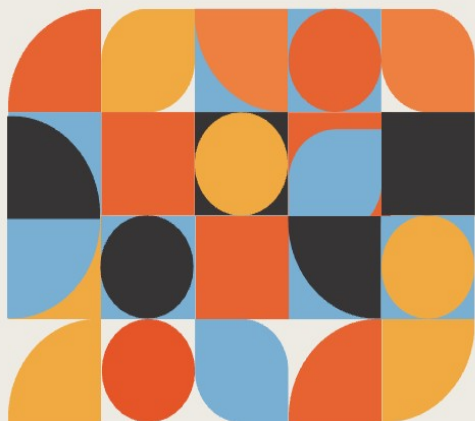
Tabela 1 - Medidas exatas das peças confeccionadas

SOBRETUDO (TAM. 38)		VESTIDO (TAM. 38)	
Comprimento manga	38 cm	Cintura	72 cm
Comprimento total	128 cm	Quadril	92 cm
Abertura boca da manga	18 cm	Busto	81 cm
Entrecavos frente	38 cm	Comprimento total	74,5 cm
Entrecavos costas	41 cm	Cava Frente	24 cm
Cava frente	25 cm	Cava costas	28,5 cm
Cava costas	28 cm		

Fonte: elaboração própria

O resultado final é apresentado na figura 2: um sobretudo e um vestido cujas medidas não são encontradas em lojas. A interação com os dois colaboradores e a experiência de avaliar suas necessidades para a criação e confecção das duas peças, nos permitiram perceber que pessoas com nanismo possuem o tronco





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

semelhante ao de indivíduos com estatura padrão, sendo a diferença concentrada no comprimento dos braços e pernas. Isto nos permite concluir que desenvolver uma produção em grande escala para esse público implica um impacto direto na linha de produção, exigindo a criação de novas técnicas e padrões de modelagem. É por essa razão que as marcas geralmente não optam por atender esse segmento, fazendo com que as pessoas com nanismo precisem buscar os tamanhos menores e, ainda assim, realizar ajustes nas peças.

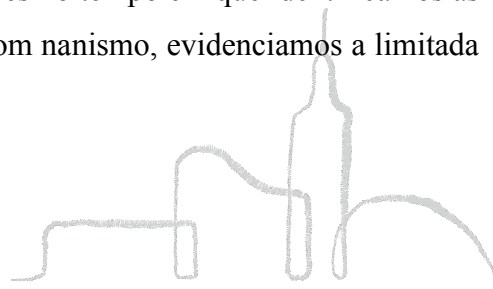
Figura 2 - “Roupas de desejo” materializadas

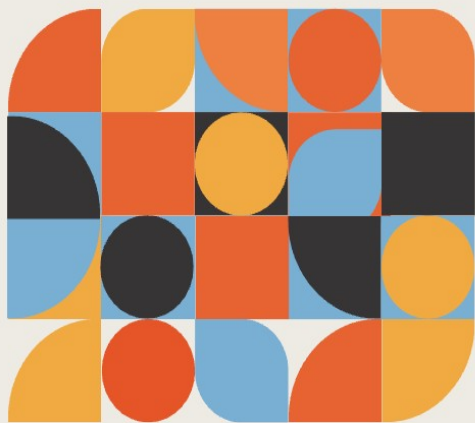


Fonte: compilado de fotos dos autores

Considerações finais

O principal objetivo deste artigo foi investigar a relação entre a moda e o nanismo, explorando as demandas e obstáculos enfrentados por esse público. Buscamos entender como a moda tem o potencial de influenciar positivamente a autoestima e autoimagem dessas pessoas, ao mesmo tempo em que identificamos as lacunas da indústria nesse contexto. A partir da entrevista com um casal com nanismo, evidenciamos a limitada





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

inclusão na moda, marcada pela escassez de representatividade em modelagens específicas, campanhas, desfiles e na mídia em geral, além da falta de acessibilidade em grandes lojas.

Chegamos à conclusão de que a criação de uma linha de produção em larga escala para pessoas com nanismo demandaria uma reestruturação significativa das técnicas e padrões de modelagem. Essa complexidade é um fator que desincentiva as marcas a investirem nesse público, resultando na necessidade constante de buscar tamanhos inadequados e de recorrer a ajustes. Diante disso, é imperativo que esse grupo tenha maior acesso à moda, com preços acessíveis e lojas que ofereçam um ambiente mais inclusivo, como araras e cabides ajustados. Além disso, a disseminação de informações sobre suas necessidades é crucial para cultivar maior empatia e, assim, garantir um atendimento verdadeiramente humanizado e opções de vestuário que atendam às suas particularidades.

Referências

CRANE, Diana. **Moda e seu papel social**: Classe, Gênero e Identidade das Roupas. São Paulo: Editora Senac, 1993.

BENEDUZI, Heloísa Sangalli. **Moda com Propósito**: A roupa como instrumento de inclusão social das mulheres com nanismo. Lajeado, 2017.

BRUNO, Amanda Pilla; BERALDO, Isabella Pezzo. Aplicação do design universal em produto de moda para pessoas com acondroplasia. **12º Colóquio de Moda** – 9ª Edição Internacional 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda, Fortaleza, Anais. 2016.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Manual de História Oral**. Editora Loyola, 2002.

SIMÕES, Michelle. **Meu corpo é real**. Disponível em: https://youtu.be/J2i_YTC86x8?si=gtJgapmh_Jaw5djic
Acesso em: Março de 2025.

VARELLA, Dráuzio. **Nanismo**. Disponível em: <https://bvsmis.saude.gov.br/nanismo/> Acesso em: Março de 2025.

