

Representatividade *Plus Size* em eventos de moda: ficção ou realidade?¹

ZIMMERMANN, Maria Augusta²
GOIS, Miruna Raimundi de³

Resumo: A pesquisa trata da representatividade das modelos *Plus Size* no vestuário da moda, com foco em campanhas publicitárias, passarelas e eventos de moda. O objetivo principal é analisar como as vivências relatadas pelas participantes refletem, confirmam ou ampliam as críticas e análises teóricas existentes. A pesquisa é de natureza básica e descritiva; qualitativa quanto ao problema, pesquisa bibliográfica e entrevista semi estruturada enquanto procedimentos metodológicos. Os resultados destacam que, apesar de avanços, a inclusão ainda é insuficiente e superficial, reforçando estereótipos em vez de desafiar padrões excludentes.

Palavras-chave: Moda *Plus Size*. Inclusão. Representatividade. Eventos de moda.

Abstract: The research deals with the representation of Plus Size models in the fashion industry, focusing on advertising campaigns, catwalks and fashion events. The main objective is to analyze how the experiences reported by the participants reflect, confirm or expand existing criticisms and theoretical analyses. The research is basic and descriptive in nature; qualitative regarding the problem, bibliographical research and semi-structured interview as methodological procedures. The results highlight that, despite advances, inclusion is still insufficient and superficial, reinforcing stereotypes instead of challenging exclusionary standards.

Keywords: Plus Size fashion. Inclusion. Representation. Fashion events. Body diversity.

1 INTRODUÇÃO

A moda *Plus Size* começou a ganhar destaque no século XX, impulsionada pelo aumento da demanda e pela maior visibilidade de mulheres que utilizam tamanhos maiores. Ser *Plus Size* na moda se refere a pessoas que usam tamanhos de roupas acima dos padrões convencionais.

1

¹ 1 Artigo científico elaborado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em *Design* de Moda, pelo Curso Superior de Tecnologia em *Design* de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, *Câmpus* Jaraguá do Sul.

² Discente do Curso Superior de Tecnologia em *Design* de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, *Câmpus* Jaraguá do Sul.

³ Docente do Curso Superior de Tecnologia em *Design* de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, *Câmpus* Jaraguá do Sul.

Geralmente, isso inclui tamanhos a partir do 46 (no Brasil) ou 14 (nos EUA) e acima. O termo "*Plus Size*" é utilizado para descrever tanto as roupas feitas nesses tamanhos quanto os modelos que representam esse segmento da indústria do vestuário. A inclusão do *Plus Size* na moda tem sido uma resposta ao reconhecimento da diversidade de corpos e à necessidade de oferecer opções de vestuário que sejam confortáveis, casuais elegantes e que permitam que pessoas de todos os tamanhos possam opções mínimas e preços elevados, tornando a experiência de compra insatisfatória para muitas mulheres consumidoras (Britto, 2017).

Um dos principais problemas enfrentados por mulheres de tamanhos grandes, é a escassez da diversidade nas opções de vestuário. Como destaca Coutinho (2018), "cerca de 120 milhões de brasileiros utilizam tamanhos acima de 46, evidenciando a necessidade urgente de um mercado mais inclusivo". A falta de alternativas que combinam com estilo, conforto e *design* continuam sendo uma barreira significativa, refletindo uma desconexão entre as necessidades do público *Plus Size* e as ofertas da indústria. Essa evolução, no entanto, não tem sido suficiente para atender às necessidades diversas das consumidoras, resultando em barreiras que vão além do mercado e refletindo questões culturais e sociais e sobretudo na autoestima.

Outro fator desafiante encontrado pelo público feminino com o corpo *Plus Size*, são os preconceitos sociais e culturais imposta pela indústria da moda que cercam a busca do corpo ideal. A indústria, em geral, mantém padrões estéticos rígidos que restringem as possibilidades criativas para roupas destinadas a corpos maiores. Isso não só limita as opções disponíveis, mas também reforça estereótipos negativos sobre corpos fora do padrão imposto pela sociedade. Vale lembrar que a moda está diretamente relacionada aos valores sociais, pois é através dela que as pessoas se expressam pela busca de individualização, singularidade e representatividade, mas ao tempo respeitando as tendências impostas por ela. A ausência de representatividade significativa em passarelas, campanhas publicitárias e outros eventos do setor agrava essa situação, contribuindo para a exclusão e a baixa autoestima de mulheres *Plus Size*. Neste contexto, a representatividade emerge como um elemento essencial para transformar os padrões impostos pela indústria da moda.

Os eventos de moda também desempenham um papel fundamental na definição de tendências e na construção de narrativas visuais que moldam percepções sociais e econômicas. A escassez de corpos *Plus Size* nesses espaços refletem a resistência da indústria em abraçar a diversidade corporal de forma ampla e inclusiva. Assim, é essencial questionar como a falta de representatividade em eventos de moda, afetam o público

feminino que utilizam a moda *Plus Size* e a necessidade de investigar os impactos desta exclusão em sua experiência e autoestima.

A presente pesquisa traz uma abordagem qualitativa, reconhecendo que esta metodologia permite uma compreensão mais detalhada e profunda de experiências e percepções das mulheres que usufruem a moda *Plus Size* na sociedade.

O estudo foi realizado com base em entrevistas semi estruturadas com modelos com corpos *Plus Size* que participam de eventos de moda, permitindo explorar suas vivências, desafios e percepções sobre a inclusão nesses espaços e sua representatividade. Como destaca Gil (2007, *apud* Gerhardt; Silveira, 2009), a pesquisa qualitativa é particularmente eficaz para compreender fenômenos sociais complexos.

Além disso, um levantamento bibliográfico abrangente foi realizado para fundamentar teoricamente a análise da pesquisa, utilizando bibliografias e outros materiais que abordam a evolução da moda *Plus Size* e sua representação em eventos de moda. As entrevistas, realizadas com quatro modelos participantes, buscaram capturar uma diversidade de perfis, considerando idade, estilo e trajetória profissional. As respostas foram analisadas e descritas, dando destaque nos temas e padrões identificados nas narrativas das entrevistadas.

Diante deste cenário, os objetivos propostos foram analisar as experiências vividas por modelos com corpos *Plus Size* em eventos de moda; compreender como a representatividade se manifesta nesses espaços e identificar os principais desafios enfrentados para alcançar a inclusão em um contexto sociocultural. A justificativa para argumentar a proposta da pesquisa, baseia-se na relevância social e cultural do tema, considerando que a moda não apenas reflete, mas também, influencia os padrões estéticos e comportamentais da sociedade. Ao abordar as lacunas existentes na inclusão de corpos diversos, este estudo busca contribuir para a ampliação do debate e propor caminhos para que a indústria da moda seja mais equitativa e representativa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A representatividade *Plus Size* na moda tem sido um tema amplamente debatido, especialmente no que se refere à inclusão de modelos em passarelas e eventos do setor. Apesar dos avanços observados nas últimas décadas, essa inclusão ainda é limitada e, muitas vezes, superficial. Diante desse cenário, esta fundamentação teórica busca explorar a trajetória da moda *Plus Size*, as transformações no mercado e consumo desse segmento e

a importância dos eventos de moda como espaços de construção e reafirmação de narrativas visuais. A análise investiga os desafios e as possibilidades para uma inclusão mais efetiva, considerando a influência desses eventos na valorização da diversidade e na desconstrução de estereótipos.

2.1. Moda *Plus Size*

A beleza muda sempre, dentro de cada indivíduo, essa mudança depende da cultura e do momento que o mundo está vivendo, a estética de gêneros variados, como cor, forma, expressão e até beleza moral. Beleza também ganha várias formas onde são valorizadas curvas do corpo.

Cada período da história tem o seu padrão de beleza, na pré-história o corpo era considerado arma de sobrevivência humana a natureza, as mulheres com corpos mais volumosos eram consideradas mais belas pois representavam fertilidade. Na história antiga, mulheres com seios e quadris robustos eram veneradas como símbolos de fertilidade e saúde. Já na renascença, corpos volumosos eram associados ao privilégio da riqueza já que detinham acesso à fartura de alimentos e ao padrão estético da época (Hess, 2017). Contudo, no século XX, surge a lipofobia, que seria uma aversão patológica à gordura, e deixa-se de associar as formas mais cheias à saúde e à riqueza. A magreza corporal chega ao final do século XX sendo crucial para as relações sociais, e exercendo uma ditadura permanente, reprimindo os que não aderem ao ideal de beleza contemporâneo (Medeiros; Cardoso, 2010).

Segundo o Museu da História Têxtil Americana, o início da produção de vestimentas conhecidas e segmentadas hoje no espaço chamado *Plus Size* foi criado no início do século XX. Os catálogos de roupas traziam os termos estampados, indicando o público alvo a quem se destinava e se identificava. O termo "*Plus Size*", era empregado para denominar as roupas de tamanhos grandes da década sendo para as mulheres que as consumiam, o termo mais utilizado era '*stout*' que vem de robusta (Costa, 2018).

O marco inicial desse movimento pode ser atribuído a Lena Himmelstein Bryant, fundadora da marca Lane Bryant em Nova York. Inicialmente focada na produção de roupas para gestantes, Bryant expandiu seu negócio para atender mulheres que se sentiam excluídas pela moda tradicional devido aos seus corpos considerados "fora do padrão". No entanto, como destaca Costa (2018), as opções de moda *Plus Size* na época eram limitadas, com peças que não valorizavam a silhueta e estilos padronizados.

Para mulheres que desejavam seguir as tendências da moda da época, a alternativa era recorrer às costureiras para peças sob medida. Assim, enquanto a indústria

da moda começava a reconhecer a diversidade de corpos, ainda havia desafios significativos em oferecer opções verdadeiramente inclusivas e estilosas para mulheres *Plus Size*.

Com o passar dos anos, outras marcas dos Estados Unidos começaram a incluir casacos e vestidos para mulheres robustas em seus catálogos, contribuindo para a popularização do termo "*Plus Size*". Inicialmente utilizado por Bryant em seus catálogos, o termo foi adotado pela marca Korell para designar mulheres *Plus Size* em seus anúncios (Britto, 2017). Em 1930, surgia no Reino Unido a marca Evans, com uma proposta similar à de Lane Bryant, que tomou alcance global.

Nessa época, o termo *Plus Size* era utilizado para descrever roupas e não pessoas. As mulheres geralmente apareciam descritas como gordas exageradas. Em 1953, a partir de um anúncio da marca Korrel a expressão mulher *Plus Size* se popularizou entre os estilistas. Entre as décadas de 70 e 90 houve um aumento significativo da indústria particularmente nos Estados Unidos. Isso ocorreu porque a média de peso dos americanos estava aumentando, trazendo um aumento na numeração do manequim feminino. Essas mulheres precisavam de roupas de qualidade e que se ajustassem bem ao corpo e as marcas começaram, lentamente, a seguir essa mudança.

Embora "a moda *Plus Size* fosse considerada um nicho pouco desenvolvido e socialmente restrito no mercado, mulheres gordas encontravam representações significativas nos meios de comunicação. Personalidades como a cantora Ella Fitzgerald, aclamada como rainha do jazz nos anos 50, e integrantes do grupo Mamas & The Papas, que adotaram um estilo *hippie* nos anos 60 e 70, foram exemplos influentes" (Costa, 2018).

Observou-se que a representatividade no corpo *Plus Size* foi notável em áreas como a música e o entretenimento, mas a indústria da moda ainda estava longe de refletir essa inclusão de maneira abrangente. Enquanto figuras públicas ganhavam visibilidade, o mercado de moda relutava em explorar totalmente esse nicho. Com o tempo, no entanto, essa percepção começou a mudar, à medida que as marcas passaram a entender que o desejo por moda e consumo não se restringe a padrões corporais específicos, mas se manifesta em uma ampla diversidade de formas.

Embora a moda *Plus Size* tenha evoluído, como destacado por Costa (2018), a inclusão ainda é limitada, especialmente nos eventos de moda, que muitas vezes reforçam padrões tradicionais de beleza, conforme aponta Medeiros e Cardoso (2010). Esse contexto reflete uma resistência estrutural da indústria em abraçar a diversidade corporal de maneira genuína

2.2 Mercado e consumo da Moda *Plus Size*

Um dos aspectos essenciais para garantir o sucesso de uma marca de moda no mercado é a compreensão de seu público-alvo. Segundo Moreno e Rodrigues (2012, p.8), é fundamental reconhecer que “as pessoas sentem desejos de consumo, independente de sua raça, religião ou tamanho do corpo”. A principal meta de qualquer marca de moda é obter lucro através da venda de produtos. Para isso, é necessário que a marca esteja bem preparada para o processo de venda e que o produto oferecido seja sempre de boa qualidade (Santos, 2016).

Vale ressaltar que a palavra “moda” vem do latim *modus*, significando “modo”, “maneira”. Em inglês, a moda é *fashion*, um derivado da palavra francesa *façon*, que também quer dizer “modo”, “maneira”. Moda é um comportamento, é manifestação cultural, é o que vem sendo repetido na sociedade.

A moda no vestuário, é um fenômeno que altera de tempos em tempos os modos de vestir bem como os elementos de composição do vestuário, referindo-se às tendências dominantes que orientam os hábitos do vestir vigentes em determinada época.

Neste contexto, o setor da moda *Plus Size* ganhou mais visibilidade quando grandes marcas começaram a confeccionar roupas em tamanhos maiores. Um exemplo disso é a famosa loja Saks Fifth Avenue, em Nova York, que em 2010 anunciou que oferecia tamanhos até o 46, e em alguns casos até o 52. Embora ainda não atendesse plenamente as necessidades das consumidoras, foi um avanço significativo, especialmente considerando marcas renomadas como Chanel e Dolce & Gabbana (Bard, 2013).

Pode-se afirmar que o mercado foi compelido a expandir esse setor, pois, segundo o Ministério da Saúde, a cada ano as pessoas estão ganhando peso. No Brasil, com quase metade da população fora dos padrões corporais tradicionais, ocorreu uma revolução cultural, levando as indústrias a valorizar esse nicho (Silva, 2012).

Atualmente, apesar da desaceleração do segmento de vestuário como um todo devido à pandemia, o mercado *Plus Size* continua a apresentar números promissores no Brasil. De acordo com uma pesquisa da Associação Brasil *Plus Size* (ABPS), nos últimos 10 anos, esse segmento cresceu impressionantes 75,4%. Além disso, o estudo revelou que uma parcela significativa da população brasileira, especificamente 57,25% das pessoas entre 18 e 60 anos, são usuárias do mercado *Plus Size*. A ABPS afirma que esses dados ressaltam não apenas a resiliência do mercado *Plus Size*, mas também sua crescente relevância e aceitação na sociedade brasileira (Dino, 2023).

Com esse crescimento, a indústria da moda começou a reconhecer a importância de incluir a diversidade de corpos nas passarelas e campanhas.

Apesar do crescimento do mercado da moda *Plus Size* no Brasil, conforme dados da ABPS (2023), ainda há uma desconexão entre as demandas das consumidoras e a oferta das marcas, evidenciada pelos relatos de exclusão mencionados por Bard (2013).

Esse contraste ressalta a necessidade de repensar as estratégias das marcas para alinhar seus produtos às expectativas de um público cada vez mais diversificado e consciente.

2.3 Representatividade da Moda *Plus Size* em eventos

Mary Duffy se destacou como uma figura importante na moda para mulheres maiores, fundada em 1984 a "Big Beauties / Little Woman", a primeira agência de modelos *Plus Size* da história (Costa, 2018). Nos anos 2000, a moda *Plus Size* ganhou maior visibilidade, com iniciativas como o site Criatura GG, criado pela fotógrafa Kátia Ricomini para desafiar preconceitos e fornecer informações sobre tamanhos maiores. Além disso, a campanha "Real Beleza" da DOVE, lançada quatro anos depois, destacou a diversidade de corpos, cabelos e raças para promover uma reflexão sobre os padrões de beleza (Costa, 2018).

A partir de 2010, a moda *Plus Size* começou a ocupar um espaço significativo na sociedade, com a criação do "*Fashion Weekend Plus Size*", um evento de moda para tamanhos maiores realizado até os dias atuais. Este evento, idealizado e dirigido por Renata Poskus Vaz, uma das principais influenciadoras da moda *Plus Size* no país através do "Blog Mulherão", tornou-se o principal ponto de encontro e celebração desse segmento (Costa, 2018). Além disso, a *blogger* criou ainda, a própria marca de roupas, a Maria Abacaxita, no segmento *Plus Size*, repleta de estampas florais e coloridas.

As lojas de departamento brasileiras têm criado áreas específicas para atender o público feminino com corpos *Plus Size*. Paralelamente, várias marcas nacionais têm se envolvido no movimento da moda grande, lançando campanhas voltadas para essas consumidoras e promovendo uma diversidade de corpos que desafiam o padrão estético tradicional brasileiro. Essas campanhas frequentemente incluem a participação de atrizes, cantoras, modelos e *blogueiras Plus Size* em desfiles de moda.

Além dos desfiles, as marcas da moda *Plus Size* têm se destacado pela inovação em catálogos, campanhas e editoriais que apresentam produtos especialmente desenvolvidos para esse público (Santos, 2016). Conforme Bard (2013), a moda *Plus Size*, apesar dos preços, geralmente não reflete as tendências ou estilos desejados por

seus consumidores, dificultando a adoção da moda como parte da identidade pessoal. Essa desconexão pode gerar impactos psicológicos negativos, levando as consumidoras a associarem o excesso de peso à exclusão. Esse preconceito se manifesta nas marcas que limitam suas coleções a determinados tamanhos, preservando assim sua identidade alinhada ao padrão estético dominante.

No Brasil, observa-se que, gradualmente, as marcas estão investindo mais no segmento *Plus Size*. As redes de lojas de grande porte, em especial, têm se destacado ao direcionar sua comunicação também para esse público (Silva, 2012). No entanto, essa inclusão nos grandes eventos de moda ainda é tímida e cercada por limitações que refletem a resistência do mercado em abraçar uma diversidade corporal mais ampla e verdadeira.

Os eventos de moda, sejam os grandes desfiles e feiras especializadas, exercem uma influência significativa sobre o que é considerado padrão e ideal na indústria da moda. Nos últimos anos, a moda *Plus Size* começou a ganhar espaço em eventos como o *Pop Plus*, uma feira de roupas *Plus Size* que acontece quatro vezes ao ano em São Paulo. Esse evento se destaca por reunir marcas voltadas para corpos fora dos padrões tradicionais e criar um espaço onde os consumidores podem não apenas encontrar peças adequadas aos seus corpos, mas também dialogar sobre representatividade e inclusão no mercado da moda.

O *Pop Plus* e outros eventos semelhantes têm permitido que marcas da moda *Plus Size* mostrem seu trabalho e reforcem a importância de dar visibilidade a corpos marginalizados. Porém, apesar desse avanço, muitos dos corpos representados nesses eventos ainda se aproximam de um padrão socialmente aceitável de “corpos gordos”, mas curvilíneos, que ainda correspondem, de certa forma, às ideias tradicionais de beleza. Corpos maiores, ou “gordos maiores”, como descrito por Jimenez (2020), continuam invisíveis até mesmo em muitos dos eventos que se propõem a celebrar a diversidade corporal.

A expansão de eventos como o *Pop Plus* é um reflexo de como a moda grande, que tem ganhado terreno, mas também evidencia os desafios que ainda precisam ser enfrentados para alcançar uma representatividade plena. Esses eventos oferecem uma plataforma para discutir a diversidade de corpos, mas é necessário que essa diversidade inclua corpos de todos os tamanhos, raças e identidades. Apenas quando esses eventos se tornarem mais inclusivos em suas representações, a moda *Plus Size* poderá verdadeiramente afirmar seu lugar como um espaço de resistência e celebração da pluralidade corporal.

Essas análises corroboram as percepções levantadas na presente pesquisa, evidenciando que a diversidade apresentada nos eventos de moda *Plus Size* ainda é limitada e superficial.

As entrevistas realizadas mostram que, mesmo em eventos dedicados ao segmento, corpos maiores e fora do padrão tradicional continuam sub-representados, reforçando a crítica de Medeiros e Cardoso (2010) sobre a perpetuação de ideias excludentes na indústria da moda.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, que permite compreender com profundidade as experiências e percepções das modelos *Plus Size* em eventos de moda.

Como destaca Goldenberg (1997, *apud* Gerhardt; Silveira, 2009), a pesquisa qualitativa é especialmente relevante para captar fenômenos sociais complexos, considerando as interações e subjetividades dos participantes como elementos centrais para os objetivos da investigação.

A pesquisa foi estruturada em três etapas. Na primeira etapa, foi realizado um levantamento bibliográfico abrangente, utilizando materiais com abordagem científica e outras fontes que abordam a evolução da moda *Plus Size*, sobre o viés da representatividade e da inclusão, além dos desafios enfrentados por modelos em eventos de moda. Essa etapa foi fundamental para embasar teoricamente a pesquisa, orientando o roteiro de questionamentos e auxiliando na análise das informações coletadas.

Na segunda etapa, ocorreu o contato inicial com as modelos *Plus Size* por meio da rede social *Instagram*. As participantes foram selecionadas voluntariamente, com base em sua atuação no segmento de eventos de moda. Dada a sensibilidade do tema, optou-se por preservar o sigilo de suas identidades. Assim, na pesquisa, elas são referenciadas como: Modelo 1, Modelo 2, Modelo 3 e Modelo 4, reconhecendo que cada uma desempenhou um papel igualmente importante para os resultados obtidos.

Já, na terceira etapa, aconteceram as rodas de conversas utilizando a plataforma *Google Meet*. Ao todo, ocorreram dois momentos de conversas: no primeiro, participaram duas modelos, e no segundo, outras duas modelos. Durante os encontros, conduzidos com base em um roteiro previamente elaborado, a pesquisadora assumiu o papel de observadora não participante, buscando captar as percepções e experiências das modelos com a maior fidelidade possível.

Para complementar essa abordagem, foi utilizado o método de grupo focal, que consiste em uma técnica de coleta de dados qualitativa caracterizada por discussões em

grupo mediadas pelo pesquisador para explorar percepções, experiências e opiniões sobre um tema específico. Este método foi escolhido para proporcionar uma interação dinâmica entre as participantes, enriquecendo os dados coletados.

As rodas de conversas foram gravadas com o consentimento das participantes, garantindo segurança e privacidade. Posteriormente, os áudios foram transcritos integralmente, permitindo uma análise detalhada e reflexiva das respostas. As falas foram organizadas para destacar os principais temas e padrões emergentes, sempre conectando as vivências relatadas aos objetivos da pesquisa.

A escolha metodológica, com suas etapas estruturadas e o uso do grupo focal, que possibilitou uma análise mais profunda e significativa das experiências das modelos *Plus Size*, revelando os desafios enfrentados pelas modelos, as perspectivas sobre a inclusão e sua representatividade nos eventos de moda.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo apresenta a análise dos dados coletados, confrontando as percepções das modelos *Plus Size* entrevistadas com as teorias e referências que fundamentam esta pesquisa. Foram utilizados autores como Medeiros e Cardoso (2010), Coutinho (2018) e Jimenez (2020), cujos estudos abordam as limitações da representatividade e os desafios de inclusão na indústria da moda. O objetivo é explorar como as vivências relatadas pelas participantes refletem, confirmam ou ampliam as críticas e análises teóricas existentes.

As modelos participantes desta pesquisa foram selecionadas por meio do *Instagram*, rede social onde atuam como *influencers* do segmento da moda *Plus Size*, compartilhando conteúdo relacionado à moda e inclusão. As participantes possuem idade entre 28 e 35 anos, com experiência profissional de 8 a 10 anos na área da moda. Atuam em diversos eventos de moda, incluindo desfiles, campanhas publicitárias, catálogos e sessões fotográficas.

Embora trabalhem frequentemente em eventos de diferentes magnitudes, como desfiles regionais e campanhas para marcas reconhecidas, enfrentam desafios comuns relacionados à inclusão e representatividade no setor.

As entrevistas realizadas com as modelos, destacaram suas percepções sobre o ambiente da moda e os desafios enfrentados nos bastidores e nas passarelas. Para preservar o sigilo das participantes, foram identificadas no estudo como: Modelo 1, Modelo 2, Modelo 3 e Modelo 4. Esta estratégia garantiu a confidencialidade necessária e promoveu um ambiente seguro para compartilhar as experiências.

No quadro a seguir, serão apresentados os principais tópicos discutidos nas rodas

de conversas, detalhando as percepções sobre a representatividade nos eventos de moda e os desafios enfrentados no cotidiano profissional das entrevistadas.

QUADRO REPRESENTATIVO, ENVOLVENDO O ENCONTRO COM AS MODELOS:

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|--|--|--|---|---|
| <p>1 Como você vê a evolução da representatividade do corpo <i>plus size</i> nos eventos de moda ao longo dos últimos anos?</p> | <p>Olha, eu até percebo que o tema está mais em pauta, mas pra mim é muito superficial. É sempre aquele mesmo perfil, sabe? Um corpo um pouco fora do padrão, mas ainda assim 'aceitável' para eles. Não vejo uma representatividade e, e de verdade, porque falta variedade nos tipos de corpos, no fim parece mais um discurso vazio</p> | <p>Eu vejo que teve algum progresso, mas, pra ser bem sincera, é muito devagar e muito raso. Parece mais uma jogada de marketing do que uma mudança real, sabe? Eles colocam uma ou duas modelos <i>plus size</i> e acham que resolveram tudo. No fundo não estão realmente preocupados em representar a diversidade, é mais mostrar que tem um corpo gordo ali. Representatividade e? estamos esperando</p> | <p>Sabe, eu fico bem feliz de ver como a gente tá ganhando espaço. Antes, nem se falava em corpo <i>plus size</i> na moda era sempre aquela coisa fechada, e quem não cabia no padrão ficava de fora. Hoje em dia, parece que as portas estão se abrindo aos poucos. Claro que ainda falta muito, mas vejo os convites para os eventos chegando e marcas interessadas. Acredito que estamos indo na direção certa? Temos muito que melhorar mais estamos na direção e conseguindo espaço, que é muito importante.</p> | <p>Acho que tem uma evolução sim, mas ainda falta. Percebo que estamos ganhando mais espaço, mas de um jeito bem devagar. É como se a moda estivesse começando a aceitar a gente, mas ainda com um pé atrás. Acredito que estamos em um caminho de inclusão, mas ainda é um começo. temos muito que melhorar.</p> |

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|---|---|--|---|---|
| <p>2 Você acredita que os eventos de moda plus size conseguem representar adequadamente à diversidade de corpos gordos? Por quê?</p> | <p>Definitivamente não. O que eles chamam de 'diversidade' ainda é muito engessado. Geralmente são corpos que se encaixam em uma ideia específica do que é 'aceitável' pro público. Corpos gordos, mais fora do padrão, mais volumosos ou que fogem daquelas proporções tradicionais, quase não aparecem. Fica uma ideia falsa de inclusão.</p> | <p>Sinceramente, não. Na maioria das vezes, os corpos gordos que aparecem nesses eventos são sempre um padrão de 'aceitável', sabe? Aquela coisa de corpo curvilíneo, que é plus size, mas dentro de uma certa forma que eles consideram bonita. É raro ver uma diversidade real, com corpos gordos que têm outras proporções. Parece que é uma versão 'plus' do corpo padrão, não uma diversidade de verdade.</p> | <p>Acredito que, em muitos casos, sim! Pelo menos nos eventos que eu participei, vi bastante variedade nos corpos. Cada uma com suas particularidades, e isso é ótimo. Tem corpo com barriga, sem barriga, quadril mais largo, peito grande, peito pequeno... Acho que a diversidade tá aparecendo, mesmo que ainda de forma sutil. Sempre dá pra ampliar, mas tenho visto boas iniciativas de incluir diferentes corpos gordos, e isso é</p> | <p>Olha, depende do evento. Tem alguns que realmente tentam representar a diversidade de corpos, trazendo modelos com diferentes perfis. Mas tem outros que ainda ficam naquela zona de conforto, mostrando corpos que ainda são considerados 'aceitáveis' pela indústria. Então, acho que sim e não. Ainda não é o ideal, mas já consigo ver um esforço.</p> |

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|---|---|---|--|---|
| <p>3 Você percebe que a organização dos eventos dos quais participa tratam as modelos plus size de forma diferente em comparação às modelos de tamanho padrão?</p> | <p>Sim, sinto muita diferença. As modelos padrão sempre têm atenção, cada detalhe é pensado para elas, e com a gente parece que eles dão um jeitinho pra encaixar no último minuto. Os camarins são menores, o figurino às vezes vem sem o ajuste adequado... e a gente percebe, sabe? Fica claro que não é prioridade.</p> | <p>Sim, com certeza. Dá pra sentir essa diferença no olhar deles e na maneira como somos tratadas. Nos eventos, você percebe que as modelos padrão são tratadas com muito mais atenção, mais carinho, cada detalhe é pensado pra elas. E a gente? Fica sempre pro último minuto, no improvisado. É claro que isso mostra como nosso espaço ainda é visto como um extra, não como parte do evento em si.</p> | <p>Então, eu acho que é meio natural que algumas diferenças apareçam, até porque nem sempre os organizadores têm o mesmo conhecimento sobre nossas necessidades. Mas eu tento ver isso de uma forma positiva. Geralmente, tenho recebido um tratamento muito bom, com respeito e atenção. Claro, às vezes falta algum ajuste, ou uma peça específica, mas acho que isso é parte do processo, né? É algo que precisa de adaptação e, aos poucos, vamos ganhando mais espaço e visibilidade.</p> | <p>Olha, depende do evento. Tem alguns que realmente tentam representar a diversidade de corpos, trazendo modelos com diferentes perfis. Mas tem outros que ainda ficam naquela zona de conforto, mostrando corpos que ainda são considerados 'aceitáveis' pela ideal, mas já consigo ver um esforço.</p> |

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|--|--|--|---|--|
| <p>4 Você já sentiu algum tipo de discriminação ou exclusão em eventos de moda, seja nos bastidores ou no palco? Pode nos contar sobre alguma experiência específica?</p> | <p>Já sim, Infelizmente. Teve uma vez que ouvi um stylist dizendo que seria 'complicado' ajustar uma roupa pro meu corpo, falando como se fosse algo errado eu ser do jeito que sou. Me senti totalmente fora do lugar, como se minha presença ali fosse um peso, e não algo positivo.</p> | <p>Já senti discriminação, sim. Teve uma vez que me pediram pra usar uma peça mais fechada porque disseram que seria 'melhor para o público'. Na hora, me senti invisível, como se minha presença ali fosse indesejada. Não é algo que eles dizem diretamente, mas fica claro que alguns eventos preferem que a gente 'disfarce' o corpo. Isso é super desconfortável, porque a gente quer se sentir livre e respeitada.</p> | <p>Olha, até agora, não passei por nada que me deixasse realmente chateada, mas já percebi alguns olhares e comentários que mostram que a aceitação ainda não é completa. Teve uma vez que ouvi alguém nos bastidores dizendo que ia ser 'desafiador' me encaixar na roupa, mas encarei isso mais como uma questão de falta de preparo do que algo pessoal. Acho que ainda existe um caminho pra percorrer em termos de aceitação, mas não me sinto excluída.</p> | <p>Já tive algumas situações desconfortáveis, mas nada tão direto ou grave. Já percebi olhares meio desconfiados e ouvi comentários como 'é um desafio encaixar essas modelos'. Não chega a ser uma discriminação aberta, mas dá pra sentir que ainda existe um certo preconceito, mesmo que disfarçado. Acho que ainda estamos num processo de aceitação, e alguns eventos lidam melhor com isso do que outros.</p> |

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|---|--|---|---|--|
| <p>5 Acredita que os eventos de moda voltados para o público plus size estão conseguindo mudar a percepção social sobre o corpo gordo? Se sim, como?</p> | <p>Pra ser bem sincera, eu acho que não. Ainda vejo muito preconceito e estigma, e esses eventos, na maioria das vezes, não vão além do básico. É uma tentativa de agradar o público sem, de fato, gerar uma mudança real na forma como o corpo gordo é visto.</p> | <p>Não acredito muito nisso, não. Ainda acho que esses eventos são mais uma fachada do que uma transformação real. O impacto é quase zero, porque o preconceito em torno do corpo gordo ainda existe, e muito! A maioria desses eventos quer apenas parecer inclusiva, mas não faz questão de mudar a percepção do público de verdade. Então, o impacto, na minha visão, ainda é bem pequeno.</p> | <p>Sim, sem dúvida! Eu vejo como o público reage quando nos vê desfilando, principalmente o pessoal mais jovem. A galera olha com admiração, e isso faz toda a diferença. Vejo meninas e meninos que vêm falar comigo, agradecem, dizem que se sentem representados... É lindo demais. Acho que esses eventos ajudam a quebrar barreiras e mostrar que beleza existe em todos os tamanhos. Aos poucos, estamos mudando a ideia de que só um tipo de corpo é bonito, e isso é muito importante para sociedade.</p> | <p>Acho que sim, aos poucos. Esses eventos têm mostrando pras pessoas que corpo gordo também é bonito e merece ser celebrado. É um processo lento, mas vejo que já estamos mudando a forma como as pessoas enxergam a gente. Sinto que, com o tempo, isso vai ter um impacto maior, mas ainda estamos no começo.</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
|--|--|--|--|--|

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|--|---|---|---|---|
| <p>6 Quais são os maiores desafios que você enfrenta como modelo plus size em eventos de moda? Como esses desafios afetam sua carreira?</p> | <p>Ah, são muitos. A gente luta o tempo todo por espaço e reconhecimento. É um desgaste, porque você não é vista como profissional no mesmo nível, sabe? Isso abala nossa autoestima, nosso foco, e fica difícil crescer num meio que ainda resiste tanto em aceitar.</p> | <p>Olha, o maior desafio é conseguir se impor nesse meio, porque a gente tem que lutar dobrado pra ser vista, e isso cansa. Parece que a gente precisa provar nosso valor o tempo todo, como se nosso corpo fosse uma barreira. Às vezes, o tratamento nos bastidores é bem desrespeitoso, como quando a roupa não é ajustada, ou quando não temos espaço pra nos preparar direito. Isso limita nossa carreira, com certeza. Nos faz sentir que não temos as mesmas oportunidades, e isso é frustrante.</p> | <p>Acho que o maior desafio é justamente mostrar que a gente merece estar ali, sabe? Ainda tem uma barreira de aceitação, e isso aparece em detalhes. Às vezes, não temos as mesmas opções de roupas que as outras modelos, ou o pessoal do evento não sabe lidar bem com a diversidade dos nossos corpos. Mas eu tento levar numa boa e encarar como um desafio do trabalho. Sinto que isso até fortalece a gente e, no final das contas, é uma oportunidade de crescer.</p> | <p>Os desafios são muitos, principalmente a questão de se impor nesse meio que ainda tá aprendendo a lidar com a diversidade. A pressão é grande, e muitas vezes não temos as mesmas oportunidades. Isso acaba afetando nossa autoestima e, em alguns casos, limita as chances de crescer na carreira. Mas ao mesmo tempo, isso também fortalece.</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
|--|--|--|--|--|

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|--|--|---|---|---|
| <p>7 Que tipo de mudanças você gostaria de ver nos eventos de moda para promover uma maior inclusão e diversidade para o público plus size?</p> | <p>Gostaria de ver mais espaço para corpos reais, sabe? Mais cuidado com as modelos, um olhar mais humano e menos mercadológico. Acho que falta entender que a gente não está ali só pra 'representar', mas pra mostrar quem somos de verdade.</p> | <p>Eu gostaria que os eventos tivessem uma postura mais inclusiva de verdade, sabe? Não só na aparência, mas no coração. Quero ver uma organização que realmente inclua corpos variados, sem aquela ideia de corpo ideal. É uma mudança de mentalidade. Eu gostaria que a gente tivesse o mesmo cuidado, as mesmas condições que as modelos padrão têm. E que os organizadores parassem de tratar nossa presença como algo 'extra'.</p> | <p>Gostaria que tivessem mais eventos e campanhas focadas em mostrar corpos diversos e reais. Acho que ainda existe uma visão muito limitada do que é o corpo plus size, e isso poderia ser mais aberto. Queria ver mais campanhas, mais outdoors, mais editoriais com corpos grandes de verdade. Isso ajuda a construir uma imagem mais verdadeira e inclusiva, e não só um ideal de moda.</p> | <p>Queria ver uma inclusão mais real, sem rótulos e sem preconceitos. Gostaria que houvesse uma naturalidade maior na forma como a gente é tratado. Menos discursos e mais prática, sabe? Que eles realmente celebrem a diversidade sem aquela ideia de que a gente tá ali só pra cumprir uma 'cota'.</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
|--|--|--|--|--|

| PERGUNTAS | MODELO 1 | MODELO 2 | MODELO 3 | MODELO 4 |
|---|--|---|--|--|
| <p>8 Como você se sente ao desfilas em eventos de moda? Você acredita que sua presença como modelo plus size impacta positivamente e na autoestima do público que assiste?</p> | <p>Eu sinto um misto de alegria e frustração, para ser honesta. Sei que posso inspirar alguém, e isso é ótimo, mas fica aquele gosto amargo de saber que ainda estamos longe de uma verdadeira inclusão.</p> | <p>Eu sinto uma responsabilidade enorme, sabe? Sei que muitas pessoas que assistem se sentem representadas por mim, e eu adoro isso, me faz querer continuar. Mas, ao mesmo tempo, vejo que ainda temos um longo caminho pela frente para sermos realmente aceitas. Acho que minha presença inspira algumas pessoas, mas, no fundo, sei que ainda falta muito para o mercado abraçar o corpo gordo de</p> | <p>É maravilhoso! É uma sensação incrível saber que, de alguma forma, a gente tá abrindo caminho pra que mais pessoas se aceitem. Quando desfile, sinto que tô representando algo maior. E ver o brilho nos olhos das pessoas que assistem é muito gratificante. Tenho certeza de que nossa presença ajuda a empoderar o público, e isso me deixa muito realizada.</p> | <p>É um sentimento incrível, com certeza. Me sinto representando algo importante e inspirador. Vejo o impacto que isso tem no público e é muito bom saber que, de alguma forma, estamos ajudando as pessoas a se aceitarem mais. Acho que nossa presença faz muita diferença para quem assiste, e isso me deixa muito feliz.</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | verdade. Então, é uma mistura de orgulho e tristeza. | | |
|--|--|--|--|--|

Fonte: elaborado pela Pesquisadora 2024

A análise das entrevistas realizadas com modelos de corpos *Plus Size* revela um panorama crítico sobre a representatividade e a inclusão de “corpos gordos” nos eventos de moda. As respostas demonstram uma percepção generalizada de que, embora a representatividade tenha avançado nos últimos anos, essas mudanças ainda são vistas como superficiais e insuficientes para gerar uma transformação real. As entrevistadas apontam que, muitas vezes, a presença de corpos *Plus Size* nesses eventos parece mais uma estratégia de *marketing* do que um esforço genuíno de inclusão. Essa percepção reflete uma crítica direta ao que Coutinho (2018) descreve como uma “falsa diversidade”, onde a representatividade é restrita a corpos que se aproximam do padrão estético dominante, em vez de abraçar a verdadeira pluralidade corporal.

Os relatos indicam que os eventos da moda *Plus Size* frequentemente limitam sua diversidade a corpos curvilíneos e aceitáveis, deixando de fora corpos que se desviam significativamente do padrão socialmente imposto. Isso cria uma ideia de inclusão que é, na prática, excludente, e reforça o que Medeiros e Cardoso (2010) chamam de “ditadura da magreza”, onde a moda continua a ditar quais corpos são dignos de serem representados. Apesar do aumento da visibilidade de modelos *Plus Size*, a inclusão real ainda enfrenta barreiras estruturais e culturais que dificultam uma mudança significativa na forma como o corpo gordo é percebido.

Outro ponto recorrente nas entrevistas é o tratamento desigual que as modelos *Plus Size* recebem nos bastidores dos eventos. As modelos relataram diferenças claras no cuidado dispensado a elas em comparação aos modelos de tamanho padrão. Camarins menores, ajustes de figurinos inadequados e uma falta de atenção aos detalhes demonstram que, embora estejam presentes, as modelos de moda *Plus Size* não são tratadas com prioridade. Esses relatos corroboram as críticas de Bard (2013), que destaca como o mercado da moda frequentemente falha em alinhar suas práticas com seus discursos de inclusão, tratando “corpos gordos” como uma adaptação ou uma exceção em vez de uma parte integral do evento.

As entrevistadas também compartilharam experiências de discriminação, algumas veladas e outras explícitas, que reforçam o preconceito presente na indústria da moda. Comentários como: "seria melhor para o público" que uma modelo usasse roupas mais fechadas ou a afirmação de que ajustar uma peça para um corpo maior seria "complicado". Revelam como esses eventos muitas vezes perpetuam estigmas, mesmo quando se propõem a celebrá-los. Essas vivências evidenciam a exclusão que as modelos da moda *Plus Size* enfrentam, muitas vezes sendo tratadas como uma presença indesejada em um espaço que deveria valorizá-las.

Embora algumas entrevistadas reconheçam que a presença de modelos *Plus Size* nos eventos de moda pode impactar positivamente a autoestima do público, essa influência é vista como limitada devido à falta de autenticidade na inclusão. A representatividade apresentada é frequentemente percebida como simbólica, sem o poder de efetivamente desafiar os estereótipos e preconceitos enraizados na sociedade. Essa limitação é consistente com a análise de Jimenez (2020), que observa que, mesmo nos eventos voltados para o público *Plus Size*, os corpos representados tendem a seguir padrões mais aceitáveis, ignorando a ampla diversidade corporal existente.

Os desafios enfrentados pelas modelos da moda *Plus Size* nestes eventos, afetam diretamente suas carreiras e autoestima. A constante necessidade de provar seu valor em um ambiente que resiste à aceitação plena dos corpos gordos cria um desgaste emocional e profissional. Apesar disso, muitas entrevistadas demonstram resiliência e desejo de continuar abrindo caminho para maior inclusão. Elas destacam a importância de mudanças estruturais nos eventos de moda, que vão desde a inclusão de uma variedade maior de corpos até o tratamento igualitário nos bastidores. Essa necessidade de transformação vai ao encontro das observações de Moreno e Rodrigues (2012), que apontam a urgência de repensar as estruturas de poder na moda para incluir verdadeiramente a diversidade corporal.

Os relatos mostram que, apesar de alguns avanços, a indústria da moda ainda está longe de promover uma representatividade significativa e genuína. As mudanças sugeridas pelas modelos entrevistadas, incluem um maior cuidado nos eventos de moda *Plus Size*, tanto em termos de infraestrutura quanto no respeito às suas individualidades, e uma abordagem menos superficial na inclusão de corpos diversos. Como destacado por Costa (2018), para que a moda *Plus Size* alcance seu verdadeiro potencial de celebração da pluralidade, é necessário um comprometimento real com a inclusão, indo além do cumprimento de cotas ou exigências de mercado.

Como Britto (2017) observa, a moda *Plus Size* tem o potencial de ser um espaço de empoderamento e valorização dos corpos gordos, mas isso só será possível quando a indústria abandonar práticas excludentes e adotar uma abordagem genuinamente inclusiva, baseada na valorização da diversidade em todas as suas formas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo promover uma reflexão crítica sobre a representatividade e inclusão de corpos *Plus Size* nos eventos de moda, explorando as

experiências e percepções de modelos que atuam nesse setor. Através de entrevistas semi estruturadas e uma análise qualitativa detalhada, foi possível identificar os avanços e desafios que permeiam esse tema. Embora a representatividade tenha ganhado espaço nos últimos anos, os resultados indicam que essa inclusão ainda é insuficiente e, muitas vezes, superficial, falhando em abraçar a pluralidade corporal de maneira genuína.

Os relatos das modelos evidenciaram que os eventos de moda *Plus Size* frequentemente restringem a diversidade a corpos considerados “padrões” pela sociedade, o que reforça estigmas e limita o impacto transformador desses eventos. Além disso, foi constatado um tratamento desigual nos bastidores, com as modelos *Plus Size* recebendo menos atenção e cuidados em comparação às de tamanho padrão, o que perpetua a marginalização de “corpos gordos” dentro do próprio espaço que deveria celebrá-los.

No decorrer da pesquisa, ficou claro que a indústria da moda ainda resiste a mudanças mais profundas e estruturais. Apesar de algumas iniciativas promissoras, como eventos dedicados ao público de moda *Plus Size*, a verdadeira inclusão exige um comprometimento maior, que vá além do *marketing* e da aparência de diversidade. O aprendizado ao longo deste processo reforçou a necessidade de se ouvir diretamente as vozes das modelos e consumidoras *Plus Size*, ampliando o debate sobre a representatividade de corpos diversos na moda.

Esta pesquisa oferece *insights* valiosos para a indústria da moda ao destacar a necessidade de mudanças estruturais e culturais para garantir uma verdadeira inclusão. As experiências relatadas pelas modelos reforçam a importância de ações práticas que promovam o respeito e a valorização dos corpos diversos, indo além da superficialidade frequentemente observada. Ao incorporar a diversidade de maneira autêntica, a indústria pode desempenhar um papel fundamental na transformação das percepções sociais sobre o “corpo gordo”.

Recomenda-se que os organizadores de eventos e marcas de moda *Plus Size* adotem medidas como a melhoria da infraestrutura, garantindo camarins amplos e bem equipados, além de figurinos que respeitem as particularidades de corpos da moda *Plus Size*.

Também é essencial diversificar as representações, incluindo modelos de diferentes tipos de corpos, idades e etnias em desfiles, campanhas e editoriais. A implementação de treinamentos para evitar discriminação e preparar equipes para lidar com a diversidade de forma respeitosa e eficiente também é uma prioridade.

Por fim, campanhas publicitárias que representam a pluralidade corporal de forma

autêntica, destacando a beleza em todas as formas e tamanhos, podem contribuir significativamente para a inclusão.

Com esta pesquisa, espera-se ter contribuído para o avanço do conhecimento sobre o tema, destacando a urgência de repensar os padrões excludentes que ainda dominam a indústria da moda. Ao trazer à tona as experiências de modelos *Plus Size*, busca-se não apenas dar visibilidade às suas vivências, mas também fomentar a discussão sobre a importância de uma inclusão verdadeira, que celebre a diversidade de corpos em sua totalidade.

Recomenda-se, para estudos futuros, uma abordagem ampliada que contemple diferentes perspectivas, incluindo a análise de marcas e organizadores de eventos, além do público consumidor. Isso permitirá compreender com maior profundidade as barreiras estruturais que dificultam a inclusão e propor soluções que efetivamente contribuam para um mercado mais justo.

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho foi uma caminhada repleta de aprendizados, desafios e conquistas, que só foi possível graças ao apoio e à colaboração de muitas pessoas ao longo do percurso. Deixo aqui meu sincero agradecimento a todos que, de alguma forma, contribuíram para que este momento se tornasse realidade.

À minha orientadora, Prof^a. Miruna Raimundi de Gois, pela paciência, dedicação e incentivo constante, sempre acreditando na relevância deste trabalho. Aos professores do IFSC, *Câmpus Jaraguá do Sul - Centro*, por todo o conhecimento compartilhado e pelo compromisso com uma educação de qualidade. Às participantes da pesquisa, que gentilmente dividiram suas histórias e percepções, tornando este estudo possível. E, por fim, à minha família, que foi meu alicerce durante todo o processo. A todos vocês, minha mais sincera gratidão por fazerem parte desta jornada tão especial.

REFERÊNCIAS

ABPS, Associação Plus Size Brasileira. Relatório setorial mercado Plus Size no Brasil 2021. Disponível em: <https://www.plussizebrasil.com.br/relatorio21mercadoplusize>. Acesso em: 24 dez. 2024.

BARD, Natasha Lis Streit. A moda como representação de identidade em consumidoras Plus Size. Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/88875>. Acesso em: 24 dez. 2024.

BRITTO, Rafaella. A controversa história da moda plus-size. 2017. Disponível em: <http://www.imperioetro.com/2017/06/a-controversa-historia-da-moda-plus-size.html>. Acesso em: 24 dez. 2024.

COSTA, Raquel Salgado. Madame Salga: uma moda feminina Plus Size. Juiz de Fora, 2018. Disponível em: <http://www.ufjf.br/moda/files/2018/07/Madame-Salga-Uma-moda-feminina-plus-size.pdf>. Acesso em: 24 dez. 2024.

COUTINHO, Danieleh. Moda Plus Size: 120 milhões de brasileiros usam tamanhos acima 46. 2018. Disponível em: <http://eshoje.com.br/moda-plus-size-120-milhoes-de-brasileiros-usam-tamanhos-acima-de-46/>. Acesso em: 09 nov. 2024.

DINO. Moda Plus Size movimentará R\$15 bilhões em 2027, diz estudo. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2023/12/13/moda-plus-size-movimentara-r-15-bilhoes-em-2027-diz-estudo.ghtml>. Acesso em: 24 dez. 2024.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.) Métodos de Pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HESS, Francieli. A história da moda Plus Size e a evolução dos padrões de beleza. 2017. Disponível em: <http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/a-historia-da-moda-plus-size-e-a-evolucao-dos-padroes-de-beleza/>. Acesso em: 24 dez. 2024.

JIMENEZ, Maria Luisa J. Gordofobia: injustiça epistemológica sobre corpos gordos. *Revista Epistemologias do Sul*, v. 4, n. 1, p. 144-161, 2020. Disponível em: <https://revistas.unila.edu.br/epistemologiasdosul/article/view/2643>. Acesso em: 24 dez. 2024.

MARTINS, Vírnia Maria Peixoto; CARRERA, Fernanda. Corpo gordo, gênero e moda: uma análise dos corpos femininos e masculinos fora do padrão nas marcas de moda. *Dobras*, n. 41, p. 196-212, maio-ago. 2024. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras>. Acesso em: 24 dez. 2024.

MEDEIROS, Fabiana; CARDOSO, Cilene Estol. Moda Plus Size para mulheres entre 25 a 55 anos no Brasil. 2010. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71478_Moda_Plus_Size_para_Mulheres_entre_25_a_55_Anos_no_Bra.pdf. Acesso em: 24 dez. 2024.

MORENO, Tania Valéria Ajala; RODRIGUES, Marlon Leal. Constituição dos sentidos da mulher "Plus Size". *Revista Avepalavra*, 2012. Disponível em: <http://www2.unemat.br/avepalavra/EDICOES/14/artigos/MORENO.pdf>. Acesso em: 24 dez. 2024.

SANTOS, Sabrina Pereira dos. Processo de busca de consumidoras de moda - vestuário Plus Size: do corpo à roupa que veste o corpo. 2016. Disponível em: <http://www.tede2.ufrpe.br:8080/tede2/bitstream/tede2/7534/2/Sabrina%20Pereira%20dos%20Santos.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2024.

SILVA, Natália Magalhães. O consumidor Plus Size como um novo padrão estético na moda contemporânea. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Natalia%2520Magalhaes.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2024.

APÊNDICE A

1. Como você vê a evolução da representatividade do corpo plus size nos eventos de moda ao longo dos últimos anos?
2. Você acredita que os eventos de moda plus size conseguem representar adequadamente a diversidade de corpos gordos? Por quê?
3. Você percebe que a organização dos eventos dos quais participa tratam as modelos plus size de forma diferente em comparação aos modelos de tamanho padrão?
4. Você já sentiu algum tipo de discriminação ou exclusão em eventos de moda, seja nos bastidores ou no palco? Pode nos contar sobre alguma experiência específica?
5. Acredita que os eventos de moda voltados para o público plus size estão conseguindo mudar a percepção social sobre o corpo gordo? Se sim, como?
6. Quais são os maiores desafios que você enfrenta como modelo plus size em eventos de moda? Como esses desafios afetam sua carreira?
7. Que tipo de mudanças você gostaria de ver nos eventos de moda para promover uma maior inclusão e diversidade para o público plus size?
8. Como você se sente ao desfilarem eventos de moda? Você acredita que sua presença como modelo *plus size* impacta positivamente na autoestima do público que assiste?