

## PESQUISA ANTROPOMÉTRICA DE CORPOS OBESOS NO DISTRITO FEDERAL: estudos para viabilização de uma biblioteca digital gratuita plus size

Olivete, Ana Luiza; Mestre; Universidade da Beira Interior, nalu.moda@gmail.com<sup>1</sup>  
Moreira, Romilda Gomes; Bacharel; Faculdade Santa Marcelina, romagm@gmail.com<sup>2</sup>

### RESUMO

*“Nos últimos vinte anos, vimos a ascensão e a queda (ainda em andamento) de um sistema construído sobre uma constante busca pelo novo, as custas de um inacreditável impacto ambiental e social, por uma cultura que celebra corpos perfeitos, belezas inacessíveis e mundos blindados.”*  
(YAHN, 2021)

Envoltos em uma era de conscientização e evidenciando um debate de moda mais inclusivo, a inserção dos corpos diversos é primordial nos estudos em moda e design, baseado nessa afirmação, o objetivo deste artigo é fazer uma pesquisa antropométrica para análise da população obesa do Distrito Federal, culminando no desenvolvimento de uma biblioteca digital gratuita de moldes plus size disponibilizada on-line para acesso universal.

Para tal, desenvolver-se-á a pesquisa antropométrica de uma amostra da população para entender a média de tamanhos dos pesquisados e a necessidade de roupas para o público em questão, resultando na criação de um catálogo com descrição e fotos dos modelos para a biblioteca.

A pesquisa iniciará com um chamamento público de, no mínimo, 80 pessoas obesas que, segundo dados da ABNT de 2022, está compreendido entre os números 46 e 70, para a coleta de dados físicos de medidas (estudo antropométrico) e dados conceituais de entendimento de suas necessidades e desejos no consumo de roupa. Os participantes, de forma voluntária, preencherão um formulário sobre suas dificuldades em adquirir roupas do vestuário e quais seriam as modelagens que gostariam de ver disponíveis nesta biblioteca.

Essa parcela da população tem dificuldades em adquirir roupas no seu tamanho e que atenda suas necessidades de estilo e diferenciação. A maioria das marcas de roupas têm uma grade de tamanhos que atende à média da população, entre os tamanhos 36 e 44, sendo assim, exclui pessoas e gera problemas de autoestima e inclusão, pois limitam desde uma roupa adequada para uma entrevista de emprego até a participação em eventos sociais.

*“O corpo social domina a maneira como o corpo físico é percebido. O corpo individual (físico e psicológico) é adquirido no nascimento, mas o corpo social torna-se vital ao corpo físico que queira*

<sup>1</sup> Graduada em Estilismo em Moda pela UEL (2001), Pós-graduação em Marketing de Moda pela UAM (2005) e Mestrado em Design de Moda pela UBI - Portugal (2013).

Docente no ensino superior, técnico e livre desde 2003, atuou por dois anos na coordenação dos cursos de Graduação e Pós-Graduação em Moda da Faculdade ITEC-AD1. Atua como consultora em empresas de confecção, experiência na área de Desenvolvimento de Produto, Criação, Modelagem, Produção e Promoção de Produtos de Moda e Têxtil.

<sup>2</sup> Bacharel em Desenho de Moda pela FASM (2001). Designer de marca própria, de 2005 a 2010. Tem experiência na área de Moda, na Criação e Desenvolvimentos de Coleções. Docente na Faculdade UNIEURO - DF, de 2006 a 2010. Docente na Faculdade AD1- DF, de 2004 a 2006. Desde 2017, possui o Pence Ateliê onde dá aulas particulares de corte, costura, modelagem e processos criativos. Agente cultural desde 2019 no desenvolvimento de projetos FAC-DF.

*se “enquadrar” e compreender o que uma determinada sociedade fornece como padrões, e as expectativas que têm em relação a cada indivíduo.” (MUSSON, 1998)*

A necessidade desse estudo surgiu das próprias autoras na observação da sua vida pessoal e profissional, por pertencerem ao público obeso, por serem professoras de costura e modelagem, por terem uma marca de moda plus size e por sempre estarem presentes em eventos e discussões acerca do tema e sua relação corpo, moda e função social, de que era um tema relevante, recorrente e de pouca profundidade, mas ainda sem soluções.

Assim, o projeto visa ser democrático, destinado ao público obeso em geral que queira confeccionar suas roupas ou produzir para esse público em pequenos ateliês e costureiras, atendendo as necessidades e a vestibilidade dentro de um contexto comportamental e social.

Através da observação da marca própria, a possibilidade de personalização, cocriação e participação no processo estilístico por parte do público usuário da biblioteca e do público pesquisado, possibilita a validação dos anseios e desejos por roupas mais confortáveis e que atendam as necessidades individuais.

Para guiar a pesquisa e o projeto, traça-se uma linearidade que parte da sustentabilidade e inclusão, onde cita-se, primeiramente YAHN (2021), passando pela comunicação e consumo de moda plus size, evidenciando AIRES (2019) e finalizando em estudos de modelagem para corpos gordos, que é bem limitado em bibliografia e estudos, nas citações de MUKAI (2022), para organizar e propor soluções para a Biblioteca de Moldes.

**Palavras-chave:** plus size; modelagem de roupa; inclusão social.

