

Dossiê
V.18 N.44 — 2025

DOI: <https://doi.org/10.5965/1982-615x.18442025285>

moda?alavra

E-ISSN 1982-615x

Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da revista *Manequim*?

Évora Juliene França Ferreira

Mestre, Universidade Feevale / evorabordados@hotmail.com

Orcid: 0000-0001-9165-5472 / <http://lattes.cnpq.br/4826149317638624>

Renata Fratton Noronha

Doutora, Universidade Feevale / renatanoronha@feevale.br

Orcid: 0000-0002-2838-2405 / <http://lattes.cnpq.br/7710532275762424>

Enviado: 23/07/2024 | Aceito: 28/10/2024



Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da revista *Manequim*?

RESUMO

A representatividade é fundamental, tanto nas questões sociais quanto no âmbito da moda, especialmente quando se trata de corpos reais. Esta pesquisa teve como objetivo analisar como a representação das mulheres de corpos gordos é retratada na revista *Manequim* na década de 1990 e na atualidade. Para isso, foram selecionadas quatro edições da revista que apresentaram alterações nas suas tabelas de medidas, sendo duas edições correspondentes aos anos de 1991 e 1996 e duas edições do ano de 2022. A metodologia aplicada baseou-se em uma revisão bibliográfica e na análise de conteúdo centrada nas tabelas de medidas, nos moldes e na interpretação das edições mencionadas. Foi possível constatar que, na década de 1990, houve um breve período de melhora na representatividade das mulheres com corpos gordos na revista. No entanto, ao longo dos anos, muito se discutiu sobre representação, mas pouco se fez para atender às demandas das consumidoras. Os resultados indicam que, embora haja uma intenção de incluir mulheres gordas na revista *Manequim*, essa inclusão ocorre nos textos, porém não se reflete nas tabelas de medidas. Isso demonstra uma discrepância entre o discurso e a prática, evidenciando que a representatividade ainda é um desafio a ser superado no campo da moda.

Palavras-chave: Corpo Gordo; Tabela de medidas; *Revista Manequim*.

Where are the plus-size women in Manequim magazine's measurement chart?

ABSTRACT

Representation is crucial in both social issues and fashion, especially when it comes to real bodies. This research aimed to analyze how the representation of plus-size women is portrayed in Manequim magazine in the 1990s and today. For this, four editions of the magazine were selected that presented changes in their measurement tables, two editions corresponding to the years 1991 and 1996 and two editions from the year 2022. The methodology applied was based on a bibliographical review and analysis content centered on measurement tables, templates and interpretation of the editions mentioned. The methodology applied was based on an in-depth literature review, encompassing books and articles, as well as a detailed analysis of the four measurement charts from the mentioned issues. It was possible to observe that, in the 1990s, there was a brief period of improvement in the representation of plus-size women in the magazine. However, over the years, much has been discussed about representation, but little has been done to meet consumer demands. The results indicate that, although there is an intention to include plus-size women in Manequim magazine, this inclusion occurs in the texts but is not reflected in the measurement charts. This shows a discrepancy between discourse and practice, highlighting that representation is still a challenge to be overcome in the fashion field.

Keywords: Plus-Size Body; Measurement Chart; Manequim Magazine

¿Dónde están las mujeres con cuerpos gordos en la tabla de medidas de la revista Manequim?

RESUMEN

La representatividad es fundamental tanto en las cuestiones sociales como en el ámbito de la moda, especialmente cuando se trata de cuerpos reales. Esta investigación tuvo como objetivo analizar cómo la representación de las mujeres con cuerpos gordos se retrata en la revista Manequim en la década de 1990 y en la actualidad. Para ello, se seleccionaron cuatro ediciones de la revista que presentaron cambios en sus tablas de medidas, siendo dos ediciones correspondientes a la década de 1990 y dos ediciones más recientes. La metodología aplicada se basó en la revisión bibliográfica y el análisis de contenidos enfocados a tablas de medidas, plantillas e interpretación de las ediciones mencionadas. Fue posible constatar que, en la década de 1990, hubo un breve período de mejora en la representatividad de las mujeres con cuerpos gordos en la revista. Sin embargo, a lo largo de los años, se ha discutido mucho sobre representación, pero poco se ha hecho para atender las demandas de las consumidoras. Los resultados indican que, aunque hay una intención de incluir a mujeres gordas en la revista Manequim, esta inclusión ocurre en los textos, pero no se refleja en las tablas de medidas. Esto demuestra una discrepancia entre el discurso y la práctica, evidenciando que la representatividad aún es un desafío a superar en el campo de la moda.

Palabras-clave: *Cuerpo Gordo; Tabla de medidas; Revista Manequim.*

1. INTRODUÇÃO

Este artigo se propõe analisar a representatividade do corpo gordo na moda, utilizando a revista *Manequim* como objeto de estudo. A pesquisa se baseia na seguinte questão norteadora: de que forma a revista *Manequim* auxiliou e auxilia na representatividade de mulheres de corpo gordo em suas tabelas de medidas, no decorrer da década de 1990 até a atualidade?

Justifica-se a relevância de estabelecer debates no campo científico sobre a representação de corpos fora do padrão na moda, em específico do corpo gordo feminino. Além disso, destaca-se uma pesquisa na qual se aplica um estudo prático sobre tabelas de medidas da revista, verificando se este periódico atende a mulheres de corpo gordo, conforme mencionado em suas capas. Tal levantamento foi desenvolvido com o objetivo de investigar de que maneira a revista se posiciona, na prática, nas questões de representação do corpo gordo na moda.

O artigo apresenta três seções, além da introdução e da conclusão: a primeira está destinada ao entendimento de como a materialidade se atrela ao corpo, bem como o corpo padronizado é difundido pela moda; as classificações dos corpos e o entendimento do surgimento e evolução das tabelas de medidas no Brasil e a importância da representatividade de mulheres de corpos gordos nas revistas e novelas brasileiras. A outra apresenta a *Revista Manequim* e sua importância para o público feminino, destacando como este periódico contribui para afastar as mulheres da invisibilidade, incluindo a metodologia utilizada para a conclusão da pesquisa, seguindo o método proposto por Penn (2015). A última seção destina-se à apresentação dos resultados e discussões sobre de que maneira a *Revista Manequim* tem representado mulheres de corpo gordo em suas tabelas de medidas da década de 1990 e na atualidade.

2. DO CORPO AO EU: CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS E A MATERIALIDADE

Para analisar a representatividade – ou a falta dela – de corpos gordos na *Revista Manequim* é importante compreender como a materialidade está ligada ao corpo. Nesse sentido, Butler (2001, p. 154) explica que: “O que constitui a fixidez do corpo, seus contornos, seus movimentos, será plenamente material, mas a materialidade será repensada como o efeito do poder, como o efeito mais produtivo do poder.” Após o entendimento de que a materialidade é uma espécie de efeito de poder, busca-se o esclarecimento de como a moda interfere na materialidade dos corpos.

Brandes e Souza (2012) explicam que formas e volumes do corpo são controlados e idealizados a fim de atingirem a imagem da perfeição. Nesse sentido, informações e a tendência da moda são propagadas de modo praticamente instantâneo, impactando-o. Já Foucault (1987) aborda o poder exercido sobre o corpo e evidencia que estas manifestações de poder são mais imediatas e acabam sendo, de certo modo, exercidas pelo indivíduo. Segundo o autor, o poder disciplinar está presente em diversos ambientes e é por meio das observações, dos exames, das notas e dos resultados que é produzido o saber sobre o indivíduo.

Pensando nos corpos gordos femininos, Aires (2019) esclarece que eles são entendidos a partir de discursos de poder que podem ser simplesmente midiáticos, negativos e patológicos. Assim, a partir dessa formulação do problema, busca-se explorar como os discursos negativos sobre corpos gordos são articulados na mídia e na cultura, levando à exclusão social e reforçando estereótipos, além de investigar as consequências desses discursos para as mulheres.

Seguindo esse entendimento, os consumidores das revistas de moda como a *Manequim*, ao se depararem com a ausência da representatividade de corpos gordos, tendem a observar que, de certo modo, as revistas exercem um tipo de poder que se caracteriza pela influência sobre as mulheres para seguirem uma busca incessante pelo corpo magro e pela

juventude.

Nesse sentido, segundo Woodward (2012, p. 18), essa “falta de representatividade também acaba posicionando o indivíduo como sujeito, pois é por essa via que situamos nossa identidade, quem somos e quem buscamos ser”. Ou seja, considerando o corpo apenas em sua dimensão física, na sua forma material, biológica e orgânica, é improvável que se encontre um indivíduo que não tenha tido seu corpo modificado de alguma forma na sociedade contemporânea.

As diferenças físicas entre os corpos, contudo, acabam se tornando um processo classificatório que separa os indivíduos e os classifica em seus aspectos físicos, étnicos e culturais. Assim, ganham adjetivos que os identificam e os categorizam como: o branco, o negro, o índio, o muçulmano, o magro, o gordo. Esses adjetivos marcam os indivíduos e os excluem da contraparte a qual não são pertencentes, oprimindo esses corpos e subjugando-os a partir do senso comum.

Esses argumentos levam a pensar sobre a importância do corpo representado na sociedade e em como esse corpo se manifesta nos meios de comunicação atualmente. Tomaz *et al.* (2020) afirmam que a mídia cotidiana nos influencia, criando uma falsa fisionomia corporal e padronizada para a sociedade, o que leva as pessoas a fazerem de tudo para terem o corpo perfeito e magro.

Com isso, observa-se que a maneira pela qual os corpos são retratados pela moda, pela mídia e pelos veículos de comunicação incita reflexões sobre o corpo e suas formas, dando a ele nome, tamanho e classificação. Com relação justamente à forma do corpo, quando classificações são criadas para determinar que este possui características específicas como sendo “o corpo magro” ou o “corpo gordo”, estes se dividem dentro de parâmetros que são considerados adequados pela sociedade.

Em 1990, o tipo de corpo que servia de referência era o de modelos e *top models* magras, em detrimento à representatividade dos corpos de mulheres gordas ou de corpos

naturais. Foi com o surgimento de movimentos como o *The Body Positive* que atualmente é possível ver mulheres gordas nas passarelas, nos programas televisivos e nas revistas de moda. Em outras palavras, esses corpos sempre existiram, mas apenas há poucos anos é possível vê-los em espaços midiáticos.

Torna-se relevante outro movimento que surgiu no *Instagram*: #movimentocorpolivre. Dirigida pela jornalista e escritora Alexandra Gurgel, a iniciativa busca ir além do aspecto estético e abrange questões ligadas a direitos de acessibilidade, representação, aceitação e saúde (Gurgel, 2020). Então, como explicam Matos, Alves e Barretto (2022), movimentos como estes não têm a intuição de fazer com que as mulheres se conformem com seus corpos, mas a de promover um comportamento mais gentil em relação a ele.

Na indústria da moda, é importante frisar, o padrão corporal torna-se ainda mais rígido, considerando-se o fato de que o tamanho padrão na moda brasileira corresponde a modelos muito magras, que, possivelmente, vestem o tamanho 38/40 da tabela de medidas.

Conforme Sant'Anna (2014), o "corpo da moda" é criado pela imagem padronizada a qual é difundida e, desta maneira, mulheres cultuam um determinado tipo de beleza como sendo o que almejam. Com isso, surgem cada vez mais relatos de mulheres insatisfeitas com seus corpos e que buscam por diversos processos cirúrgicos a fim de se moldar ao que a sociedade impõe.

Desta forma, ser obeso ou ter excesso de peso se tornou uma realidade vista com preconceito pelo fato de ser o diferente do que é mostrado o tempo todo pela mídia. Esse tipo de incentivo pelo corpo magro e jovem cria uma sociedade ansiosa e obcecada pelo corpo da capa da revista de moda.

2.1 Classificações dos corpos: Por que medir?

Ressalta-se que as tabelas de medidas são essenciais

para livros didáticos de modelagem e para revistas de moda que oferecem moldes para confecção. Adentrando-se a esfera das classificações, nota-se que inicialmente as pessoas eram selecionadas como magras ou gordas e as roupas ofertadas no mercado da moda geralmente eram PP, P, M, G e GG – sistema usado nos Estados Unidos (Hakime; Ferreira, 2018). Tamanhos especiais, como o XG, XGG, EXG e EXGG, não constavam nas grades de produção; assim, pessoas de corpo maior, menor, diferente ou gordo tinham que confeccionar suas próprias roupas.

Interessante se faz compreender como surgiu a tabela de medidas no país, para entender que a escassez de roupas para todos os tamanhos tenha surgido possivelmente pelo fato de ainda ser recente a numeração oficial de roupas no Brasil. Analisando revistas de moda, é notório que os moldes e tabelas disponíveis vão até certa numeração. Então, olhar para essas tabelas de medidas é importante, inclusive, para compreender que elas estão dentro desse sistema de falta de representação, uma vez que funcionam como um tipo de mecanismo da representatividade, ou seja, um indivíduo só é representado na revista se vestir determinados tamanhos.

Exemplo disso é o manual de medidas que foi lançado em maio de 1995 pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas - NBR 13377), que definiu o tamanho máximo e o mínimo das peças de vestuário feminino, masculino e infantil que mensuravam a circunferência do tórax, busto, pescoço, cintura e altura da pessoa e o tamanho era escolhido pela circunferência do pescoço. Contudo, tal tabela de medidas não foi pensada para o corpo da mulher, já que a normatização toma por base a tabela de medidas masculinas, tendo sido adaptada para as mulheres.

A problemática de reproduzir padrões masculinos na tabela de medidas feminina é estabelecer que mulheres se moldem às proporções do gênero masculino. Desse modo, não foram levadas em consideração as peculiaridades do corpo feminino que precisa se moldar ao masculino e que, em determinadas partes, é menor e sem volume.

É possível pensar que as representações são produzidas e inventadas conforme se reproduz coletivamente comportamentos que ditam o corpo ideal e a moda a ser seguida, criando hierarquização de classe, de etnia, de gênero e social. Desse modo, exclui os indivíduos que não são representados nas capas de revistas, que não encontram roupas para seu biotipo corporal, que, por muitas vezes, têm seus direitos vetados por olhares preconceituosos. Em contrapartida, todo o sistema que oprime causa uma reação que leva os indivíduos invisibilizados, que estão à margem da sociedade a buscarem pertencimento a algo, a lutarem pela sua representatividade. No âmbito da moda, esse pode ter sido um fator importante, que culminou no surgimento de novas classificações denominadas de *Midsize* (tamanho médio) e *Plus Size* (tamanho grande).

2.2 Representações do Corpo Gordo nas Revistas e Novelas Brasileiras

Para compreender como o corpo magro é difundido pelas revistas é importante mencionar a pesquisa das autoras Campos, Cecílio e Penaforte (2016, p. 6), cujo título é "Corpo-vitrine, ser mulher e saúde: produção de sentidos nas capas da Revista Boa Forma". As autoras se dedicaram a pesquisar como o corpo das mulheres, principalmente o magro, são representados nas revistas e contribuem para o entendimento de que o corpo magro também passa pelo processo da aprovação social.

Ainda segundo essas autoras, as revistas especializadas no tema da manutenção do corpo magro e saudável manipulam os consumidores para seguirem as orientações ali apresentadas por especialistas, sendo que não levam em consideração que essas orientações não são acessíveis para todos os tipos de corpos femininos (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016).

O entendimento que pode ser apreendido é que corpos magros e definidos devem ser expostos com o mínimo

de roupa e eles são um espaço simbólico na “construção dos modos de subjetividade e identidade, ligado aos estados de ânimo, o corpo passa a ser possível alvo de dominação e controle, ao prescrever normas de conduta e valores, uma forma de capital” (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016, p. 616). Dessa maneira, o corpo magro passa por uma supervalorização, que, por conseguinte, é aproveitada pelo mecanismo de controle e objetificação.

Nesse sentido, o corpo padrão acaba sendo idealizado e desejado como se fosse um objeto a ser consumido e que, para ser aceito na sociedade de consumo, os indivíduos precisam atender às condições de elegibilidade definidas pelos padrões que o mercado estabelece. Refletindo sobre a atualidade, que tipo de imagens relacionadas ao corpo as mulheres contemporâneas consomem? Para responder à questão, observar programas como as novelas é uma maneira de confirmar o que está sendo disseminado, pois a *Revista Manequim* utiliza imagens das atrizes para suas capas.

Então, ao analisar a década de 2020, as novelas exibidas na Rede Globo foram Amor de Mãe, Um lugar ao Sol, Pantanal, Travessia, Terra e Paixão e Renascer. Dentre essas novelas, apenas uma levantou questões relacionadas ao corpo gordo. A novela Um Lugar ao Sol contou com a personagem Nicole, interpretada pela atriz Ana Baird, que representava uma mulher de corpo gordo que sofria gordofobia. Na trama, a personagem é dubladora e cresceu acostumada a descontar na comida o carinho e atenção que lhe faltava. Em razão de seu corpo, a personagem era vítima de vários preconceitos.

A importância de ter atrizes como Ana Baird em novelas diz respeito ao fato de que mulheres como ela são defensoras da positividade corporal, responsáveis pela representatividade das mulheres de corpo gordo dentro da sociedade. Então, se mulheres de corpo gordo começam a ser apresentadas nos meios televisivos, isso impacta também nos periódicos que utilizam as novelas como referência no Brasil. A atriz, nesse sentido, aborda as dificuldades que teve em conseguir se colocar no mercado como atriz, justamente por ser uma

pessoa de corpo gordo. Além disso, ela própria menciona que interpretar a personagem Nicole foi importante para que se sentisse representada.

A partir de tal perspectiva, o mercado midiático influencia na beleza corporal, projetando-se em objetificar o corpo. Estabelece, ademais, uma espécie de mercado das aparências, no qual o sujeito pode ter o corpo que quiser – esse corpo fornece um tipo de moeda de troca pela qual é possível comprar beleza e *status* e expõe os resultados obtidos de um corpo que não é mais natural.

A objetificação do corpo feminino foi introduzida na cultura cotidiana e se firmou como uma forma de “normalidade” pelo fato de o Brasil, em específico, ser um país colonizado, onde as questões voltadas aos direitos e ao respeito às mulheres foram tardiamente atendidas comparada com a dos homens. Resultado disso, que, praticamente duas décadas depois de 1970, em 1988, a Constituição Federal passou a reconhecer as mulheres como iguais aos homens.

As menções tardias a esses direitos das mulheres confirmam a importância das lutas femininas que buscam direitos igualitários, o que não significa dizer que outras muitas questões estão plenamente asseguradas. Esse cenário reforça a necessidade de articulações para evitar que comportamentos discriminatórios e excludentes sejam reproduzidos livremente. É necessário reafirmar, portanto, os espaços sociais das mulheres e de suas corporalidades, sobretudo em se tratando de mulheres com proporções corporais que destoam de padrões socialmente impostos. Em outras palavras, trata-se de não alimentar a cultura machista e, muitas vezes, sexista do corpo padronizado.

Nessa questão, a moda também tem responsabilidade quanto à falta de representatividade do corpo gordo, tanto no que tange à exibição desses corpos quanto no que se refere à confecção de peças de vestuário.

3. A REVISTA MANEQUIM E A METODOLOGIA

A *Manequim* figura como um importante periódico desde 1960, justamente por criar conteúdo para as mulheres no que se refere à beleza, à moda e à saúde e fornece, dessa maneira, material de pesquisa que permite olhar para as representações sobre o corpo feminino ao longo das décadas. Na última atualização do *Mídia Kit* da *Revista Manequim*, em fevereiro de 2021, consta que o *site* tinha o alcance de mais de 2 milhões de páginas vistas por mês, mais de 1,4 milhão em sessões e mais de 1,3 milhão de usuários únicos, resultando em 65% de *ad viewability* (Grupo Perfil, 2022).

Atualmente, os dados fornecidos pela revista apontam que os principais interesses de seus consumidores são Moda e Beleza, correspondendo a 81%, e assuntos relacionados à televisão, 67%. A revista tem como foco a moda feminina e o público-alvo são as classes A, B e C. Os números de leitoras mulheres (93%) e leitores homens (7%), evidenciam que a revista tem uma função importante para as mulheres, principalmente considerando que muitas buscam na revista uma forma de aprender a costurar para diferentes finalidades: desde a produção de roupas para o seu tamanho corporal ou para garantir uma forma de sustento financeiro.

Por essa perspectiva, destaca-se a existência de uma relação entre essas revistas com a educação e a profissionalização das mulheres. Esse argumento pode ser analisado pelo fato de 2% do consumidor ser de classe social A/B e 98% sendo de classe social C. Sendo que o público que mais consome a revista corresponde a idades entre 35 e 59 anos.

Outro ponto que merece destaque é que a revista tem, entre suas pautas, mulheres protagonistas de novelas nacionais e, a fim de buscar proximidade com as atrizes, a *Manequim* fortalece a ideia de que é possível copiar os *looks* usados por pessoas que estão em evidência nos programas televisivos. Uma questão que pode ser explicada quanto a essa aproximação das leitoras com as imagens de atrizes de sucesso diz respeito à criação de um imaginário que, para

uma mulher ser bela como as estrelas da televisão, basta seguir os passos disponibilizados por revistas como a *Manequim*.

É igualmente importante mencionar que a revista afirma, em seu site institucional, na página dedicada a informações para novas assinaturas, que se preocupa em incluir mulheres de diferentes corpos e idades. “A leitora é inspirada independentemente de seu tipo de corpo, estilo ou faixa etária” (Editora Escala, 2023). Esse excerto sobre o posicionamento do periódico é mais uma evidência que reforça a necessidade de investigar como a representatividade das diferenças entre mulheres ocorre em espaços midiáticos.

Outro fato relevante a ser aqui lembrado é que a revista surgiu na década de 1960, período no qual o Brasil ainda copiava muito a moda europeia. Isso inclui a *Revista Manequim*, que utilizava moldes vindos de fora do país e os adaptava para o consumo brasileiro. A relação com as tendências europeias condiz com o que Sant’Anna (2014) expõe ao mencionar que as modelos internacionais Veruschka e Twiggy eram consideradas moderníssimas. As modelos que serviam de inspiração tinham corpos muito magros e esse ideal de beleza acabava fazendo com que as mulheres se submetessem a dietas para perder peso e manter a boa aparência difundida pelas modelos referenciadas.

Nesse período ocorreu, ademais, o aumento de pessoas que passaram às classes médias no país pelo fato de a economia ter crescido em um ritmo acelerado. Com isso, a *Revista Manequim* se manteve no mercado, crescendo com a sociedade de consumo porque produzia materiais que pretendiam ajudar mulheres que estavam entrando no mercado de trabalho a se vestir e se comportar diante da sociedade. Até então, esse privilégio era voltado à elite brasileira.

Em relação à escolha da revista, o primeiro motivo de reflexão e de escolha do período analisado foi a observação de que, nas revistas de décadas anteriores a 1990, o corpo gordo não era facilmente citado. Assim, seria improvável que se obtivesse um levantamento satisfatório para este estudo.

A escolha de estabelecer o recorte temporal desta pesquisa na década de 1990 deu-se porque, nesse período, uma das tendências que predominou o campo da moda ficou conhecida como *heroin chic*, que eram corpos extremamente magros, parecendo doentes, e jovens.

Baseando-se nesses argumentos, o intuito foi o de pesquisar a representatividade da mulher de corpo gordo na década de 1990, considerando o fato de que pessoas de corpo gordo sempre existiram. Então, a busca centrou-se em investigar como elas foram representadas nesse período, justamente considerado a década da magreza, onde predominava esse padrão, bem quando a revista começou a enfatizar nas suas capas assuntos relacionados a mulheres de corpo gordo. Por conseguinte, a análise da pesquisa se volta para a atualidade, visando observar como, hoje, a revista representa as mulheres de corpo gordo e qual o impacto que isso tem na sociedade depois de mais de 24 anos em que a revista diz produzir conteúdo também para mulheres de corpo gordo.

Dessa forma, é possível dizer que a *Revista Manequim* se encontra em uma posição de referência para as mulheres brasileiras por auxiliar a afastar a mulher da invisibilidade, dando voz a mulheres de diferentes classes sociais e diferentes faixas etárias, bem como a tentativa de representar diferentes corpos.

Além disso, por meio dela, pode-se observar reverberações da cultura nacional. Isso leva a considerar que, nesse periódico, dada a sua envergadura no que tange ao alcance do público feminino, as mulheres brasileiras também foram construindo sua história e formando a sua identidade, por meio dos espaços que ocupam, sejam eles na moda ou em outros âmbitos da sociedade.

Por outro lado, periódicos como a *Manequim*, de certo modo, também foram responsáveis por difundir padrões de beleza, em específico, por meio das propagandas. Corroborando o exposto, Sant'Anna (2014) afirma que a propaganda dos produtos para emagrecer havia se tornado frequente na imprensa por meio da insistência em controlar o peso

das mulheres por meio de remédios, emagrecedores e chás. Anúncios desse tipo eram assíduos nas páginas da *Revista Manequim*.

Esta seção encaminha a finalização da pesquisa, a qual utilizou a análise de conteúdo e de imagem e as tabelas de medidas e moldes, seguindo o método proposto por Penn (2015, p. 331).

[...] teoricamente, o processo de análise nunca se exaure e, por conseguinte, nunca está completo. Isto é, é sempre possível descobrir uma nova maneira de ler uma imagem, ou um novo léxico, ou sistema diferente, para aplicar à imagem.

Entretanto, seguindo o raciocínio da autora, quando uma análise visa demonstrar um ponto específico, como no caso desta pesquisa sobre a representação do corpo gordo, o analista se justifica ao se limitar aos aspectos relevantes do material.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO: O CORPO GORDO REPRESENTADO NAS TABELAS DA REVISTA MANEQUIM

A fim de efetivar a pesquisa, faz-se necessário efetuar a verificação nas tabelas de medidas oferecidas pela revista entre a década de 1990 e atualmente. Para isso, foi preciso constatar se houve mudanças relevantes dos tamanhos destinados às mulheres de corpo gordo na revista nesses últimos 24 anos, recorte temporal desta pesquisa.

Para fazer a análise das tabelas de medidas, é importante saber como estavam os índices de obesidade no Brasil no início dos anos 1990. Nesse sentido, são apresentados a seguir os dados levantados pela Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição (PNSN), realizada entre julho e setembro de 1989, a qual teve o objetivo de analisar o estado nutricional da população brasileira mediante a coleta de dados antropométricos.

métricos. “Percebeu-se que cerca de 27 milhões de brasileiros (32%) apresentam algum grau de excesso de peso (IMC \geq 25). Destes, 27% de homens e 38% de mulheres obesas” (Pesquisa..., 1989, p. 2).

Vale lembrar que os índices de obesidade em adultos no Brasil, em 2019, chegaram a um total de 55,4%, sendo maior entre homens (57,1%) do que entre mulheres (53,9%) (ABESO, 2023). Então, nos anos 1990 já existia um aumento significativo de mulheres obesas no Brasil, porém, na moda e na mídia a exigência era seguir a referência das *top models*.

Após esse entendimento dos dados de mulheres de corpo gordo no Brasil, e de como era a imagem que se esperava delas, as tabelas de medidas selecionadas a partir de quatro edições pesquisadas passam a ser então analisadas. Nesse sentido, há mais de uma tabela estudada, a fim de observar as modificações no decorrer do tempo, sendo elas das edições de junho 1991, janeiro 1996, março 2022 e setembro 2022.

A presente análise considera as medidas da linha da cintura referentes aos tamanhos ofertados, justamente por ser, na cintura, que há um aumento relacionado ao tamanho dos indivíduos. Outro critério é que são analisadas somente as medidas da linha da cintura na tabela feminina, pelo fato de ser o recorte relevante para esta pesquisa.

Na Figura 1, segue a observação da primeira tabela disponível dos anos 1990 correspondente ao mês de junho de 1991 e disponibilizada pela *Revista Manequim*.

Figura 1. Tabela de Medidas da revista Manequim - Junho 1991 Ano 32 nº06/378

	MULHERES								
MANEQUIM	38	40	42	44	46	48	50	52	54
IDADE									
TAMANHO									
OMBRO									
TÓRAX									
BUSTO	82	86	90	94	98	104	110	116	122
CINTURA	66	68	72	76	80	86	92	98	104
QUADRIS	88	92	96	100	104	110	116	122	128
ALTURA DA FRENTE	42	43	44	45	46	47	48	49	50
ALTURA DO BUSTO	25	26	27	28	29	30	31	32	33
CONTORNO DO BRAÇO	26	27	28	29	30	32	34	36	38
LARGURA DAS COSTAS	34	35	37	38	40	41	42	44	45

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

Na tabela de 1991, a revista oferecia do tamanho 38 ao tamanho 54. Na revista, porém, não há nenhum molde para pessoas do tamanho 54. O maior tamanho oferecido nesta edição é o 50 referente a cinco peças de roupa, as quais correspondem a uma cintura de 92 centímetros.

Na Figura 2 é analisada a tabela de medidas, de janeiro de 1996, em que é possível observar algumas mudanças.

Figura 2. Tabela de Medidas da revista Manequim - Janeiro 1996 Ano 37nº 01/433

MULHERES	PP		P		M		G		GG		EG	
	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
A-OMBRO	11	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,8	15,5	16,3	17	17,7
B-BUSTO	74	78	82	86	90	94	98	104	110	116	122	128
C-CINTURA	56	60	64	68	72	76	80	86	92	98	104	110
D-QUADRIS	80	84	88	92	96	100	104	110	116	122	128	134
E-ALT.FRENTE	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51
F-CONT.BRAÇO	24	25	26	27	28	29	30	32	34	36	38	40
G-LARG.COSTAS	30,5	32	34	35	37	38	40	41	42	44	45	46
H-PESCOÇO	29	30	31	33	36	37	38	40	42	44	45	47
I-ALT.BUSTO	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

Como pode-se observar, na tabela de medidas de 1996, a *Revista Manequim* fez acréscimos de tamanhos na tabela feminina: numerações 34 e 36 para tamanhos menores e 56 para tamanhos maiores. Com o tamanho 56, a cintura máxima que a revista oferece é de 110 centímetros de circunferência, atendendo, então, a um maior número de mulheres de corpo gordo. Interessante considerar que foram aumentados dois tamanhos para mulheres de corpo magro, o que pode significar que havia a busca por tamanhos menores pelas consumidoras da revista. Isso pode ser reflexo da tendência *heroin chic*, que estava vigente na moda na década de 1990, conforme explanado anteriormente.

Além de haver o acréscimo de tamanhos, a tabela também começou a direcionar os consumidores para quais medidas seguiam: PP, P, M, G, GG e EG, a fim de facilitar qual molde poderia ser mais bem adaptado ao corpo da cliente.

As investigações desta pesquisa ainda se direcionaram aos moldes disponibilizados pela revista para mulheres de corpo gordo. Na contagem dos moldes, os tamanhos máximos disponibilizados foram apenas um de saia-calça do tamanho 54, o que corresponde a 104 centímetros de circunferência da cintura, e outro de uma túnica, que está identificado como sendo tamanho EG, que, conforme a revista, é adequado as

cinturas de 104 a 110 centímetros. Não fica claro, no entanto, se realmente eles vestem o tamanho 56 oferecido pela revista.

Dessa forma, para a consumidora saber se o tamanho EG realmente veste uma cintura com a medida de 110 centímetros, é necessário que esse molde seja copiado em um papel específico para modelagem e conferida as suas medidas antes de produzir a roupa.

Na Figura 3, consta a tabela de medidas do mês de março de 2022:

Figura 3. Tabela de Medidas da revista Manequim- Março 2022 nº745

TAMANHOS	PP		P		M		G		GG		EG		EGG	
MANEQUINS	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62
A. Busto	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118	122	126	130	134
B. Cintura	66	70	74	78	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118
C. Quadris	88	92	96	100	104	108	112	116	120	124	128	132	136	140
D. Compr. blusa	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
E. Larg. costas	34	35	36	37	38	39	39	40	40	41	53	54	55	56
F. Larg. braço	26	26	27	28	30	32	34	36	38	39	40	41	42	43
G. Ombro	11,5	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	15,5	16	16,5	17	17,5

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

Da análise da tabela de medidas de 1996 para a de 2022 passaram-se 26 anos e, neste período, houve muitas mudanças referentes ao corpo da mulher, principalmente o corpo gordo, bem como o aumento do índice de obesidade no Brasil, como já mencionado.

Na observação da tabela de 2022, é possível verificar que houve um aumento significativo da representatividade de tamanhos maiores. O tamanho 40 da tabela de 1996, no qual a cintura equivalia a 68 centímetros, corresponde, agora, a 96 centímetros de cintura. Por outro lado, a circunferência dos tamanhos maiores teve uma diminuição, por exemplo: em 1996, o tamanho 56 (maior ofertado) media 110 centímetros de circunferência e em 2022 esse mesmo tamanho

passou a equivaler a 106 centímetros, ou seja, aconteceu uma diminuição de quatro centímetros.

Então, mesmo que a *Revista Manequim* tenha aumentado a tabela de medidas para o tamanho 62, em termos de circunferência de medidas, os tamanhos maiores perderam circunferência desde o tamanho 54 da tabela, enquanto os tamanhos menores do 36 ao 50 ganharam alguns centímetros.

O aumento nos tamanhos menores significa que a revista se preocupou em atender ao maior número de mulheres e que se atualizou em relação ao aumento geral das medidas das mulheres brasileiras. Contudo, o fato de a revista apenas ampliar o tamanho oferecido e diminuí-lo em centímetros de circunferência não auxilia as mulheres de corpo gordo. Além disso, pensando nos moldes oferecidos na revista, o maior número do maior molde é apenas uma calça para o tamanho 54.

Por fim, na Figura 4, consta a tabela mais recente utilizada pela Revista Manequim em agosto de 2022.

Figura 4. Tabela de Medidas da revista Manequim- Setembro 2022 nº751

Tamanho/Descrição	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54
A. Contorno do busto	84	88	92	96	100	104	108	112	118	124
B. Contorno da cintura	70	74	78	82	86	90	94	98	104	110
C. Contorno do quadril	90	94	98	102	106	110	114	118	124	130
D. Altura da frente	43	43	43,5	43,5	44	44	44,5	44,5	45	45
E. Largura das costas	35	36	37	38	39	40	41	42	43,5	45
F. Contorno do braço	27	29	31	33	35	37	39	41	44	47
G. Ombro	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	16	16,5
H. Pescoço	35	36	37	38	39	40	41	42	42,5	43
I. Altura do gancho	26	26	26,5	26,5	27	27	27,5	27,5	28	28

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

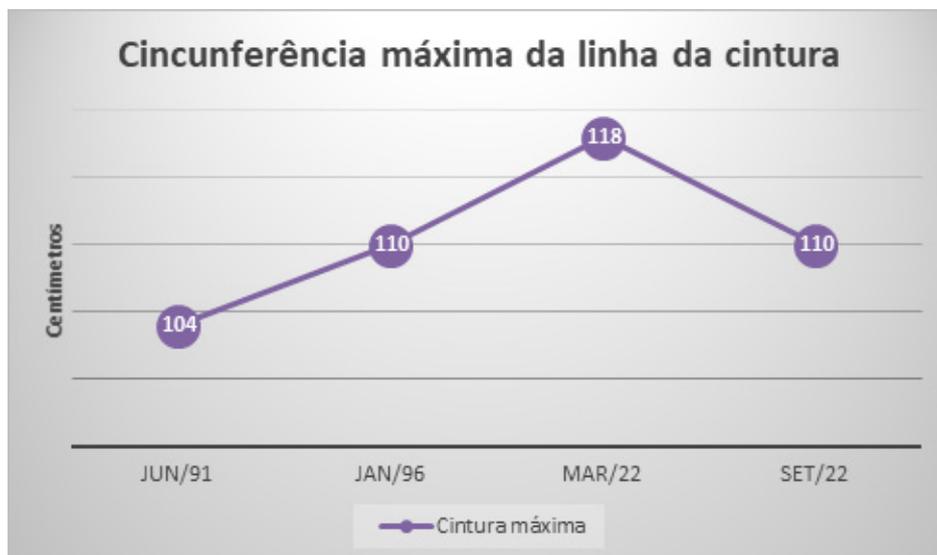
Nesta edição, a revista atualizou sua tabela de medidas conforme as regras da ABNT e sua consultora Cristiane Lallara, (Revista Manequim, 2022, p. 4), comenta que "é possível

observar a diferença principalmente na circunferência da cintura, que aumentou mais de tamanho em relação a outras medidas referentes a tabela”.

Então, ao verificar as diferenças da tabela de março de 2022 para setembro do mesmo ano, é notório que, na tabela de setembro de 2022, a revista voltou a excluir os tamanhos grandes 56, 58, 60 e 62. Antes, o tamanho 62 vestia uma cintura de 118 centímetros; atualmente, o maior tamanho oferecido é o 54, que corresponde a uma cintura de 110 centímetros. Na citada edição, há dois moldes disponíveis desse tamanho: uma camisa e uma calça. Com essa mudança, houve uma perda de oito centímetros no total da circunferência.

Desta vez, contudo, todos os tamanhos aumentaram quatro centímetros de circunferência na linha da cintura, deixando a entender que a população magra ganhou mais tamanho na cintura. Mesmo com a adequação da tabela de medidas para as normas da ABNT, fica evidente que, por mais que a revista mencione em praticamente todas suas capas moldes disponíveis para mulheres *plus size*, isso de fato não se concretiza. Nesse sentido, comparado às outras tabelas analisadas, a tabela atual voltou a oferecer a mesma medida da tabela de 1996 com uma cintura máxima de 110 centímetros. Para esclarecer de maneira visual, apresenta-se a seguir o Gráfico 1 com as respectivas mudanças.

Gráfico 1. Tabela de Medidas disponíveis na Revista Manequim (1991-1996-2022).



Fonte: Elaborado pela autora.

Observando este gráfico, constata-se que, em termos de tamanhos de molde, a revista estava atendendo melhor às mulheres em sua tabela de março de 2022. Todavia, com a adaptação dos seus moldes para a tabela vigente, que segue a ABNT, houve uma redução no tamanho máximo da cintura.

Além disso, houve uma diminuição de oferta dos tamanhos maiores que antes existiam. Essa exclusão de circunferências de cinturas maiores na revista acontece justamente quando se estimou a elevação do peso no país, conforme informa a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) 2019, que diz que nos últimos 17 anos dobrou o percentual de pessoas adultas obesas. Entre 2002 e 2003, o percentual apontava 12,2%, índice que passou, em 2019, para 26,8%. Isso levou a proporção da população adulta com excesso de peso a passar de 43,3% para 61,7%, praticamente dois terços da população brasileira (Ministério Da Saúde, 2020). É notório, portanto, que cada vez mais será necessária a representatividade de pessoas gordas nesse tipo de periódico.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo das tabelas de medidas e dos moldes disponíveis na revista foi importante para verificarmos se, realmente, a *Manequim* atende ao público *plus size* e o que tem disponível para essas mulheres. Entretanto, com o levantamento aqui apresentado, ficou evidente que as chamadas nas capas da revista não correspondem, na prática, aos moldes oferecidos nas revistas da década de 1990 e nem na atualidade.

Por meio da análise das tabelas de medidas, foi possível confirmar que a revista ofereceu tamanhos até o 62 por muitos anos; porém, tal promessa acontece somente na tabela de medidas, pois ao folhear a revista não é possível encontrar moldes para esse tamanho e os moldes maiores que constam são poucos. Ou seja, se uma mulher de corpo gordo compra a revista para confeccionar suas peças, provavelmente não encontrará moldes para seu tamanho – o que indica que existe um apagamento do corpo gordo.

Observou-se que a revista oferece, na prática e de forma incoerente, moldes que seriam destinados a mulheres de corpo gordo com um máximo de 110 centímetros de circunferência na cintura. No entanto, 110 centímetros representam um corpo médio, e não um corpo *plus size*.

Na tabela de medidas da revista, o tamanho GG da edição de março de 2022 apresenta uma circunferência de cintura equivalente a 110 centímetros. No entanto, na tabela atual de setembro de 2022, essa medida é agora considerada como tamanho EG – essa alteração resulta na diminuição em centímetros da linha máxima da cintura, criando uma “falsa impressão” de aumento em relação às referências em siglas como G, GG e EG. Assim, se essa medida representa o máximo que a revista oferece nos moldes, ela não é adequada para um corpo realmente gordo.

Por fim, o estudo contribui para a representatividade das mulheres de corpo gordo no Brasil e pode servir de estudo para futuras pesquisas relacionadas à inclusão destas mulheres, tanto na moda como na mídia, podendo este estudo ter

continuidade para análise de tabela de medidas de livros didáticos ou de marcas de vestuário destinadas ao público *plus size*.

AGRADECIMENTOS

A presente pesquisa foi realizada com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)- Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- AIRES, Aliana. **De gorda a plus size: a moda do tamanho grande**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PARA O ESTUDO DA OBESIDADE E SÍNDROME METABÓLICA – ABESO. Mapa da Obesidade. **Site Abeso**, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://abeso.org.br/obesidade-e-sindrome-metabolica/mapa-da-obesidade>. Acesso em: 10 mai. 2023.
- BRANDES, Aline Zendonadi; SOUZA, Patrícia de Mello. Corpo e moda pela perspectiva do contemporâneo. **Projetica**, v. 3, n. 1, p. 119-129, 2012.
- BUTLER, Judith. Corpos que Pesam: sobre os limites discursivos do "sexo". In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). O Corpo Educado: Pedagogias da Sexualidade (Org. Guacira Lopes Louro). **Belo Horizonte, Autêntica**, 2001.
- CAMPOS, Maria Teresa de Assis; CECÍLIO, Mariana Silva; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues. Corpo-vitrine, ser mulher e saúde: produção de sentidos nas capas da Revista Boa Forma. **Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde**, [S.l.], v. 11, n. 3, p. 611-628, 2016.
- EDITORA ESCALA. Assine Escala: Sobre a Manequim. **Site da Editora Escala**, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://assineescala.com.br/Manequim-3-2/>. Acesso em: 10 mai. 2023.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução: Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987.
- GRUPO PERFIL. **Mídia Kit 2022 Q1 – V1**. Site Grupo Perfil Brasil, São Paulo, 2022. Disponível em: https://grupoperfilbrasil.com.br/download/MIDIA_KIT_2022.pdf. Acesso em 20 jan.2023.
- GURGEL, Alexandra. **Pare de se odiar: porque amar o próprio**

corpo é um ato revolucionário. Rio de Janeiro: Best Seller, 2020.

HAKIME, Rafael; FERREIRA, Verena. Como surgiu a numeração das roupas? **Revista Superinteressante**, São Paulo, 30 ago. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-surgiu-numeracao-das-roupas/>. Acesso em: 5 jan.2023.

MATOS, Ariele; ALVES, Juliana; BARRETTO, Letícia. Movimento body positive e o corpo gordo. **Caderno Discente**, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 28-36, 2022.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Saúde prepara ações para controle do excesso de peso e da obesidade. **Site Ministério da Saúde**, 21 out. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2020/outubro/saude-prepara-acoes-para-controle-do-excesso-de-peso-e-da-obesidade>. Acesso em: 10 mai. 2023.

PENN, G. Análise semiótica de imagens paradas. In: BAUER, M. W; GASKELL, G (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 319-342.

PESQUISA NACIONAL SOBRE SAÚDE E NUTRIÇÃO. [S.l.; S.n], 1989. Disponível em: <https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/1551.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2023.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

TOMAZ, Rafael Cândido *et al.* Corpo Padrão: um estudo sobre as concepções do corpo feminino exposto pela mídia. **Revista Latino-Americana de Psicologia Corporal**, [S.l.], v. 7, n. 10, p. 120-145, 2020.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.

Where are the plus-size women in *Manequim* magazine's measurement chart?

Évora Juliene França Ferreira

Master's, Universidade Feevale / evorabordados@hotmail.com
Orcid: 0000-0001-9165-5472 / <http://lattes.cnpq.br/4826149317638624>

Renata Fratton Noronha

PhD, Universidade Feevale / renatanoronha@feevale.br
Orcid: 0000-0002-2838-2405 / <http://lattes.cnpq.br/7710532275762424>

Submitted: 23/07/2024 | Accepted: 28/10/2024



Where are the plus-size women in Manequim magazine's measurement chart?

ABSTRACT

Representation is crucial in both social issues and fashion, especially when it comes to real bodies. This research aimed to analyze how the representation of plus-size women is portrayed in Manequim magazine in the 1990s and today. For this, four editions of the magazine were selected that presented changes in their measurement tables, two editions corresponding to the years 1991 and 1996 and two editions from the year 2022. The methodology applied was based on a bibliographical review and analysis content centered on measurement tables, templates and interpretation of the editions mentioned. The methodology applied was based on an in-depth literature review, encompassing books and articles, as well as a detailed analysis of the four measurement charts from the mentioned issues. It was possible to observe that, in the 1990s, there was a brief period of improvement in the representation of plus-size women in the magazine. However, over the years, much has been discussed about representation, but little has been done to meet consumer demands. The results indicate that, although there is an intention to include plus-size women in Manequim magazine, this inclusion occurs in the texts but is not reflected in the measurement charts. This shows a discrepancy between discourse and practice, highlighting that representation is still a challenge to be overcome in the fashion field.

Keywords: Plus-Size Body; Measurement Chart; Manequim Magazine

Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da revista *Manequim*?

RESUMO

A representatividade é fundamental, tanto nas questões sociais quanto no âmbito da moda, especialmente quando se trata de corpos reais. Esta pesquisa teve como objetivo analisar como a representação das mulheres de corpos gordos é retratada na revista *Manequim* na década de 1990 e na atualidade. Para isso, foram selecionadas quatro edições da revista que apresentaram alterações nas suas tabelas de medidas, sendo duas edições correspondentes aos anos de 1991 e 1996 e duas edições do ano de 2022. A metodologia aplicada baseou-se em uma revisão bibliográfica e na análise de conteúdo centrada nas tabelas de medidas, nos moldes e na interpretação das edições mencionadas. Foi possível constatar que, na década de 1990, houve um breve período de melhora na representatividade das mulheres com corpos gordos na revista. No entanto, ao longo dos anos, muito se discutiu sobre representação, mas pouco se fez para atender às demandas das consumidoras. Os resultados indicam que, embora haja uma intenção de incluir mulheres gordas na revista *Manequim*, essa inclusão ocorre nos textos, porém não se reflete nas tabelas de medidas. Isso demonstra uma discrepância entre o discurso e a prática, evidenciando que a representatividade ainda é um desafio a ser superado no campo da moda.

Palavras-chave: Corpo Gordo; Tabela de medidas; *Revista Manequim*.

¿Dónde están las mujeres con cuerpos gordos en la tabla de medidas de la revista Manequim?

RESUMEN

La representatividad es fundamental tanto en las cuestiones sociales como en el ámbito de la moda, especialmente cuando se trata de cuerpos reales. Esta investigación tuvo como objetivo analizar cómo la representación de las mujeres con cuerpos gordos se retrata en la revista Manequim en la década de 1990 y en la actualidad. Para ello, se seleccionaron cuatro ediciones de la revista que presentaron cambios en sus tablas de medidas, siendo dos ediciones correspondientes a la década de 1990 y dos ediciones más recientes. La metodología aplicada se basó en la revisión bibliográfica y el análisis de contenidos enfocados a tablas de medidas, plantillas e interpretación de las ediciones mencionadas. Fue posible constatar que, en la década de 1990, hubo un breve período de mejora en la representatividad de las mujeres con cuerpos gordos en la revista. Sin embargo, a lo largo de los años, se ha discutido mucho sobre representación, pero poco se ha hecho para atender las demandas de las consumidoras. Los resultados indican que, aunque hay una intención de incluir a mujeres gordas en la revista Manequim, esta inclusión ocurre en los textos, pero no se refleja en las tablas de medidas. Esto demuestra una discrepancia entre el discurso y la práctica, evidenciando que la representatividad aún es un desafío a superar en el campo de la moda.

Palabras-clave: *Cuerpo Gordo; Tabla de medidas; Revista Manequim.*

1. INTRODUCTION

This article aims to analyze the representativeness of the fat body in fashion, using *Manequim* magazine as an object of study. The research is based on the following guiding question: how has *Manequim* magazine helped and helps to represent fat women in its measurement tables, from the 1990s to the present day?

This is justified by the relevance of establishing debates in the scientific field about the representation of non-standard bodies in fashion, specifically the fat female body. In addition, the research is based on a practical study of the magazine's measurement tables, checking whether the magazine caters for women with fat bodies, as mentioned on its covers. This survey was carried out with the aim of investigating how the magazine positions itself, in practice, on issues of the representation of the fat body in fashion.

The article has three sections, in addition to the introduction and conclusion: the first is aimed at understanding how materiality is linked to the body, as well as how the standardized body is disseminated by fashion; the classifications of bodies and understanding the emergence and evolution of measurement tables in Brazil and the importance of the representation of women with fat bodies in Brazilian magazines and soap operas. The other section presents *Manequim magazine* and its importance to the female public, highlighting how this periodical contributes to keeping women from invisibility, including the methodology used to conclude the research, following the method proposed by Penn (2015). The final section presents the results and discusses how *Manequim magazine* has represented fat women in its tables of measurements from the 1990s to the present day.

2. FROM THE BODY TO THE SELF: IDENTITY CONSTRUCTIONS AND MATERIALITY

In order to analyze the representation of fat bodies in *Manequim magazine*, it is important to understand how materiality is linked to the body. In this sense, Butler (2001, p. 154) explains that: "What constitutes the fixity of the body, its contours, its movements, will be fully material, but materiality will be rethought as the effect of power, as the most productive effect of power." After understanding that materiality is a kind of power effect, we seek to clarify how fashion interferes with the materiality of bodies.

Brandes and Souza (2012) explain that body shapes and volumes are controlled and idealized in order to achieve the image of perfection. In this sense, information and fashion trends are propagated almost instantaneously, impacting the body. Foucault (1987), on the other hand, discusses the power exercised over the body and points out that these manifestations of power are more immediate and end up being, in a way, exercised by the individual. According to the author, disciplinary power is present in various environments and it is through observations, exams, grades and results that knowledge about the individual is produced.

Thinking about fat female bodies, Aires (2019) clarifies that they are understood from discourses of power that can be simply media, negative and pathological. Thus, based on this formulation of the problem, the aim is to explore how negative discourses about fat bodies are articulated in the media and culture, leading to social exclusion and reinforcing stereotypes, as well as investigating the consequences of these discourses for women.

Following this understanding, consumers of fashion magazines such as *Manequim*, when faced with the lack of representation of fat bodies, tend to observe that, in a way, the magazines exercise a type of power that is characterized by influencing women to follow an incessant search for a thin body and youth.

In this sense, according to Woodward (2012, p. 18), this

“lack of representation also ends up positioning the individual as a subject, since it is through this that we situate our identity, who we are and who we seek to be”. In other words, considering the body only in its physical dimension, in its material, biological and organic form, it is unlikely to find an individual who has not had their body modified in some way in contemporary society.

The physical differences between bodies, however, end up becoming a classificatory process that separates individuals and classifies them in terms of their physical, ethnic and cultural aspects. Thus, they are given adjectives that identify and categorize them as: white, black, Indian, Muslim, thin, fat. These adjectives mark individuals and exclude them from the counterpart to which they do not belong, oppressing these bodies and subjugating them based on common sense.

These arguments lead us to think about the importance of the body represented in society and how this body manifests itself in the media today. Tomaz *et al.* (2020) state that the daily media influences us, creating a false and standardized body physiognomy for society, which leads people to do everything they can to have the perfect, slim body.

As a result, the way in which bodies are portrayed by fashion, the media and communication vehicles prompts reflections on the body and its shapes, giving it a name, size and classification. With regard to the shape of the body, when classifications are created to determine that it has specific characteristics, such as “the thin body” or the “fat body”, these are divided into parameters that are considered appropriate by society.

In the 1990s, the body type comprehended as a reference was that of thin models (known as *top models*), to the detriment of the representation of the bodies of fat women or natural bodies. It was with the emergence of movements such as *The Body Positive* that it is now possible to see fat women on catwalks, television programs and fashion magazines. In other words, these bodies have always existed, but only recently have they been seen in the media.

Another movement that has emerged on *Instagram* is relevant: #movimentocorpolivre. Led by journalist and writer Alexandra Gurgel, the initiative seeks to go beyond the aesthetic aspect and covers issues related to accessibility rights, representation, acceptance and health (Gurgel, 2020). So, as Matos, Alves and Barretto (2022) explain, movements like these don't have the intention of making women conform to their bodies, but rather to promote kinder behavior towards them.

In the fashion industry, it is important to emphasize, the body standard becomes even more rigid, considering that the standard size in Brazilian fashion corresponds to very thin models, who possibly wear size 38/40 in the size chart.

According to Sant'Anna (2014), the "fashionable body" is created by the standardized image that is disseminated and, in this way, women worship a certain type of beauty as what they want. As a result, there are more and more reports of women who are dissatisfied with their bodies and who seek out various surgical procedures in order to mold themselves to what society imposes

In this way, being obese or overweight has become a reality viewed with prejudice because it is different from what is shown all the time by the media. This kind of encouragement for a slim, youthful body creates a society that is anxious and obsessed with the body on the cover of a fashion magazine.

2.1 **Body classifications: Why measure?**

It should be noted that measurement tables are essential for modeling textbooks and for fashion magazines that offer patterns for clothing. Moving into the realm of classifications, it can be seen that initially people were selected as thin or fat and the clothes offered on the fashion market were generally PP, P, M, G and GG - a system used in the United States (Hakime; Ferreira, 2018). Special sizes, such as XG, XGG, EXG and EXGG, were not included in the production grids, so people with larger, smaller, different or fatter bodies

had to make their own clothes.

It is interesting to understand how the table of measurements came about in the country, in order to understand that the scarcity of clothes for all sizes may have arisen from the fact that the official numbering of clothes in Brazil was still recent. Looking at fashion magazines, it's clear that the patterns and tables available go up to a certain size. Therefore, looking at these measurement tables is important, not least to understand that they are part of this system of lack of representation, since they function as a kind of representativeness mechanism, i.e. an individual is only represented in the magazine if they wear certain sizes.

An example of this is the manual of measurements that was launched in May 1995 by ABNT (Brazilian Association of Technical Standards - NBR 13377), which defined the maximum and minimum size of women's, men's and children's garments that measured the circumference of the chest, bust, neck, waist and height of the person and the size was chosen by the circumference of the neck. However, this table of measurements was not designed for women's bodies, since the standardization is based on the male table of measurements and was adapted for women.

The problem with reproducing male standards in the female measurement chart is that it requires women to conform to male proportions. In this way, the peculiarities of the female body, which needs to be molded to the male body and which, in certain parts, is smaller and lacks volume, have not been taken into account.

It is possible to think that representations are produced and invented as behaviours are collectively reproduced that dictate the ideal body and the fashion to be followed, creating class, ethnic, gender and social hierarchies. This excludes individuals who aren't represented on magazine covers, who can't find clothes for their body type, who often have their rights vetoed by prejudiced looks. On the other hand, the whole system that oppresses causes a reaction that leads invisible individuals, who are on the margins of society, to seek

to belong to something, to fight for their representation. In fashion, this may have been an important factor, culminating in the emergence of new classifications called Midsize and Plus Size.

2.2 Representations of the Fat Body in Brazilian Magazines and Novels

In order to understand how the thin body is disseminated by magazines, it is important to mention the research by the authors Campos, Cecílio and Penaforte (2016, p. 6), whose title is "Corpo-vitrine, ser mulher e saúde: produção de sentidos nas capas da Revista Boa Forma". The authors researched how women's bodies, especially thin ones, are represented in magazines and contributed to the understanding that the thin body also goes through the process of social approval.

According to these authors, magazines specializing in maintaining a slim and healthy body manipulate consumers into following the guidelines presented by specialists, without taking into account that these guidelines are not accessible to all female body types (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016).

The understanding that can be drawn from this is that thin, defined bodies should be displayed with minimal clothing and that they are a symbolic space in the "construction of modes of subjectivity and identity, linked to states of mind, the body becomes a possible target of domination and control, by prescribing norms of conduct and values, a form of capital" (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016, p. 616). In this way, the slim body is overvalued, which is then exploited by the mechanism of control and objectification.

In this sense, the standard body ends up being idealized and desired as if it were an object to be consumed and that, in order to be accepted in consumer society, individuals need to meet the eligibility conditions defined by the standards that the market establishes. Reflecting on the present day, what kind of body-related images do contem-

porary women consume? To answer this question, watching programs such as soap operas is one way of confirming what is being disseminated, since *Manequim magazine* uses images of actresses for its covers.

So, when analyzing the 2020s, the soap operas shown on Rede Globo were *Amor de Mãe*, *Um lugar ao Sol*, *Pantanal*, *Travessia*, *Terra e Paixão* and *Renascença*. Of these soap operas, only one raised issues related to the fat body. The soap opera *Um Lugar ao Sol* featured the character Nicole, played by actress Ana Baird, who represented a woman with a fat body who suffered from fatphobia. In the plot, the character is a voice actress and grew up accustomed to taking her lack of affection and attention out on food. Because of her body, the character was the victim of various prejudices.

The importance of having actresses like Ana Baird in soap operas is that women like her are defenders of body positivity, responsible for the representation of fat women in society. So, if women with fat bodies start to be featured on television, this also has an impact on the periodicals that use soap operas as a reference in Brazil. In this sense, the actress discusses the difficulties she has had in finding a place in the acting market, precisely because she has a fat body. She also mentions that playing the character Nicole was important for her to feel represented.

From this perspective, the media market influences body beauty, projecting itself to objectify the body. It also establishes a kind of appearance market, in which the subject can have the body they want - this body provides a kind of bargaining chip through which it is possible to buy beauty and *status* and exposes the results obtained from a body that is no longer natural.

The objectification of the female body was introduced into everyday culture and established itself as a form of "normality" due to the fact that Brazil, in particular, was a colonized country, where issues related to women's rights and respect were belatedly addressed compared to those of men. As a result, practically two decades after 1970, in 1988, the

Federal Constitution began to recognize women as equal to men.

The late mentions of these women's rights confirm the importance of women's struggles for equal rights, which does not mean that many other issues are fully guaranteed. This scenario reinforces the need for action to prevent discriminatory and exclusionary behavior from being freely reproduced. It is therefore necessary to reaffirm the social spaces of women and their bodies, especially when it comes to women with body proportions that deviate from socially imposed standards. In other words, it's about not feeding the macho and often sexist culture of the standardized body.

In this respect, fashion also bears responsibility for the lack of representation of the fat body, both in terms of displaying these bodies and in terms of making garments.

3. MANEQUIM MAGAZINE AND METHODOLOGY

Manequim has been an important periodical since the 1960s, precisely because it creates content for women on beauty, fashion and health and thus provides research material that allows us to look at representations of the female body over the decades. In the latest update of *Manequim Magazine's Media Kit*, in February 2021, it was reported that the *site* had a reach of more than 2 million page views per month, more than 1.4 million in sessions and more than 1.3 million unique users, resulting in 65% *ad viewability* (Grupo Perfil, 2022).

Currently, the data provided by the magazine shows that the main interests of its consumers are Fashion and Beauty, corresponding to 81%, and television-related subjects, 67%. The magazine focuses on women's fashion and its target audience is classes A, B and C. The numbers of female readers (93%) and male readers (7%) show that the magazine plays an important role for women, especially considering that many look to the magazine as a way of learning to

sew for different purposes: from producing clothes to fit their body size or to ensure a financial livelihood.

From this perspective, there is a relationship between these magazines and women's education and professionalization. This argument can be analyzed by the fact that 2% of consumers are from social class A/B and 98% are from social class C. The public that most consumes the magazine is aged between 35 and 59.

Another point worth highlighting is that the magazine features women who are the protagonists of national soap operas and, in order to seek proximity with the actresses, *Manequim* strengthens the idea that it is possible to copy the looks worn by people who are in the spotlight on television programs. One issue that can be explained in terms of the closeness of readers to the images of successful actresses is the creation of an imaginary that, in order for a woman to be beautiful like the television stars, all she has to do is follow the steps provided by magazines such as *Manequim*.

It is also important to mention that the magazine states on its institutional website, on the page dedicated to information for new subscriptions, that it is concerned with including women of different bodies and ages. "The reader is inspired regardless of her body type, style or age group" (Editora Escala, 2023). This excerpt about the magazine's positioning is further evidence that reinforces the need to investigate how the representation of differences between women occurs in media spaces.

Another relevant fact to remember here is that the magazine appeared in the 1960s, a period when Brazil was still copying European fashion to a large extent. This included *Manequim magazine*, which used patterns from abroad and adapted them for Brazilian consumption. The relationship with European trends is in line with what Sant'Anna (2014) says when he mentions that the international models Veruschka and Twiggy were considered very modern. The models who served as inspiration had very slim bodies and this ideal

of beauty ended up making women submit to diets in order to lose weight and maintain the good looks spread by the models mentioned.

This period also saw an increase in the number of people joining the country's middle classes, due to the fact that the economy was growing at a fast pace. As a result, *Manequim magazine* remained on the market, growing with the consumer society because it produced material intended to help women who were entering the job market to dress and behave in front of society. Until then, this privilege was reserved for the Brazilian elite.

With regard to the choice of magazine, the first reason for reflection and for choosing the period analyzed was the observation that, in magazines from the decades before 1990, the fat body was not easily mentioned. It would therefore be unlikely to obtain a satisfactory survey for this study. The choice to set the time frame for this research in the 1990s was made because, in this period, one of the trends that predominated in the fashion field was known as *heroin chic*, which were extremely thin, sick-looking, young bodies.

Based on these arguments, the aim was to research the representation of fat women in the 1990s, considering the fact that fat people have always existed. So, the search focused on investigating how they were represented in this period, rightly considered the decade of thinness, where this standard predominated, and when the magazine began to emphasize issues related to fat women on its covers. Therefore, the research analysis turns to the present day, with the aim of observing how the magazine represents fat women today and what impact this has on society after more than 24 years in which the magazine claims to produce content for fat women as well.

In this way, it is possible to say that *Manequim magazine* is in a position of reference for Brazilian women by helping to remove women from invisibility, giving a voice to women from different social classes and different age groups, as well as trying to represent different bodies.

Moreover, through it, we can see the reverberations of national culture. This leads us to consider that in this periodical, given its scope in terms of reaching the female audience, Brazilian women were also building their history and forming their identity through the spaces they occupied, whether in fashion or in other areas of society.

On the other hand, periodicals such as *Manequim*, in a way, were also responsible for disseminating beauty standards, specifically through advertisements. Corroborating the above, Sant'Anna (2014) states that advertisements for slimming products had become frequent in the press due to the insistence on controlling women's weight through medicines, slimming products and teas. Advertisements of this type were regulars in the pages of *Manequim magazine*.

This section concludes the research, which used content and image analysis and tables of measurements and patterns, following the method proposed by Penn (2015, p. 331).

[...] theoretically, the process of analysis is never exhausted and therefore never complete. In other words, it is always possible to discover a new way of reading an image, or a new lexicon, or a different system, to apply to the image.

However, following the author's reasoning, when an analysis aims to demonstrate a specific point, as in the case of this research on the representation of the fat body, the analyst is justified in limiting himself to the relevant aspects of the material.

4. RESULTS AND DISCUSSION: THE FAT BODY REPRESENTED IN THE CHARTS OF MANEQUIM MAGAZINE

In order to carry out the research, it is necessary to check the tables of measurements offered by the magazine between the 1990s and today. To do this, it was necessary

to see if there had been any significant changes in the sizes given to fat women in the magazine over the last 24 years, the time frame of this research.

In order to analyze the size charts, it is important to know how obesity rates were in Brazil in the early 1990s. In this sense, we present below the data collected by the National Health and Nutrition Survey (PNSN), carried out between July and September 1989, which aimed to analyze the nutritional status of the Brazilian population by collecting anthropometric data. "It was found that around 27 million Brazilians (32%) were overweight to some degree (BMI \geq 25). Of these, 27% of men and 38% of women were obese" (Pesquisa..., 1989, p. 2).

It is worth noting that adult obesity rates in Brazil in 2019 reached a total of 55.4%, being higher among men (57.1%) than among women (53.9%) (ABESO, 2023). In the 1990s, there was already a significant increase in the number of obese women in Brazil; however, fashion and media demanded that they follow the standard set by top models.

After understanding the data on plus-size women in Brazil and the image expected of them, the selected measurement charts from the four researched editions are then analyzed. In this context, more than one chart is studied to observe the changes over time. These include the editions from June 1991, January 1996, March 2022, and September 2022.

This analysis considers the waistline measurements for the available sizes, precisely because the waist is where an increase related to individuals' size is observed. Another criterion is that only the waistline measurements in the women's size chart are analyzed, as this is the relevant focus of this research.

In Figure 1, the first available chart from the 1990s, corresponding to June 1991, provided by *Revista Manequim*, is presented.

Figure 1. Measurement Chart from Revista Manequim - June 1991, Year 32, No. 06/378

	MULHERES								
MANEQUIM	38	40	42	44	46	48	50	52	54
IDADE									
TAMANHO									
OMBRO									
TÓRAX									
BUSTO	82	86	90	94	98	104	110	116	122
CINTURA	66	68	72	76	80	86	92	98	104
QUADRIS	88	92	96	100	104	110	116	122	128
ALTURA DA FRENTE	42	43	44	45	46	47	48	49	50
ALTURA DO BUSTO	25	26	27	28	29	30	31	32	33
CONTORNO DO BRAÇO	26	27	28	29	30	32	34	36	38
LARGURA DAS COSTAS	34	35	37	38	40	41	42	44	45

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

In the 1991 chart, the magazine offered sizes from 38 to 54. However, there is no pattern provided for size 54. The largest size offered in this edition is 50, corresponding to five pieces of clothing, with a waist measurement of 92 centimeters.

In Figure 2, the measurement chart from January 1996 is analyzed, where some changes can be observed.

Figure 2. Measurement Chart from Revista Manequim - January 1996, Year 37, No. 01/433

MULHERES	PP		P		M		G		GG		EG	
	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
A-OMBRO	11	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,8	15,5	16,3	17	17,7
B-BUSTO	74	78	82	86	90	94	98	104	110	116	122	128
C-CINTURA	56	60	64	68	72	76	80	86	92	98	104	110
D-QUADRIS	80	84	88	92	96	100	104	110	116	122	128	134
E-ALT.FRENTE	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51
F-CONT.BRAÇO	24	25	26	27	28	29	30	32	34	36	38	40
G-LARG.COSTAS	30,5	32	34	35	37	38	40	41	42	44	45	46
H-PESCOÇO	29	30	31	33	36	37	38	40	42	44	45	47
I-ALT.BUSTO	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

As can be observed, in the 1996 measurement chart, *Revista Manequim* added sizes to the women’s chart: sizes 34 and 36 for smaller sizes and 56 for larger sizes. With size 56, the maximum waist measurement offered by the magazine is 110 centimeters in circumference, thus accommodating a greater number of plus-size women. It is interesting to note that two smaller sizes were added for slim women, which could indicate that there was a demand for smaller sizes among the magazine’s readers. This may reflect the *heroin chic* trend that was prevalent in 1990s fashion, as previously discussed.

In addition to the added sizes, the chart also began to guide consumers toward size categories: PP, P, M, G, GG, and EG, to help customers better identify which pattern might be best suited to their body.

This research also examined the patterns provided by the magazine for plus-size women. In counting the patterns, the maximum sizes offered included only one pair of culotte pants in size 54, corresponding to a waist circumference of 104 centimeters, and a tunic labeled as size EG, which, according to the magazine, is suitable for waists measuring 104 to 110 centimeters. It is unclear, however, whether these pat-

terns truly fit the size 56 offered by the magazine.

Therefore, for consumers to know if size EG actually fits a 110-centimeter waist, it is necessary to trace the pattern onto specific modeling paper and verify the measurements before producing the garment.

In Figure 3, the measurement chart from March 2022 is shown.

Figure 3. Measurement Chart from Revista Manequim - March 2022, No. 745

TAMANHOS	PP		P		M		G		GG		EG		EGG	
MANEQUINS	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62
A. Busto	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118	122	126	130	134
B. Cintura	66	70	74	78	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118
C. Quadris	88	92	96	100	104	108	112	116	120	124	128	132	136	140
D. Compr. blusa	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
E. Larg. costas	34	35	36	37	38	39	39	40	40	41	53	54	55	56
F. Larg. braço	26	26	27	28	30	32	34	36	38	39	40	41	42	43
G. Ombro	11,5	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	15,5	16	16,5	17	17,5

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

From the analysis of the 1996 measurement chart to that of 2022, 26 years have passed, and during this period, there have been many changes related to women’s bodies, especially plus-size bodies, as well as the increase in obesity rates in Brazil, as previously mentioned.

In the 2022 chart, it is possible to observe a significant increase in the representation of larger sizes. Size 40 in the 1996 chart, with a waist measurement of 68 centimeters, now corresponds to a waist measurement of 96 centimeters. Conversely, the circumference of larger sizes has decreased; for example, in 1996, the largest size offered, 56, measured 110 centimeters in circumference, whereas in 2022, this same size now measures 106 centimeters, reflecting a decrease of four centimeters.

Thus, even though *Revista Manequim* expanded the

measurement chart up to size 62, in terms of circumference, the larger sizes have lost centimeters starting from size 54, while the smaller sizes from 36 to 50 have gained some centimeters.

The increase in smaller sizes indicates that the magazine aimed to cater to a larger number of women and updated itself according to the general increase in Brazilian women’s measurements. However, simply expanding the size range while reducing circumference in centimeters does not help plus-size women. Additionally, regarding the patterns offered in the magazine, the largest available pattern is only a pair of pants in size 54.

Finally, in Figure 4, the most recent measurement chart used by *Revista Manequim* in August 2022 is shown.

Figure 4. Measurement Chart from Revista Manequim - September 2022, No. 751

Tamanho/Descrição	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54
A. Contorno do busto	84	88	92	96	100	104	108	112	118	124
B. Contorno da cintura	70	74	78	82	86	90	94	98	104	110
C. Contorno do quadril	90	94	98	102	106	110	114	118	124	130
D. Altura da frente	43	43	43,5	43,5	44	44	44,5	44,5	45	45
E. Largura das costas	35	36	37	38	39	40	41	42	43,5	45
F. Contorno do braço	27	29	31	33	35	37	39	41	44	47
G. Ombro	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	16	16,5
H. Pescoço	35	36	37	38	39	40	41	42	42,5	43
I. Altura do gancho	26	26	26,5	26,5	27	27	27,5	27,5	28	28

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

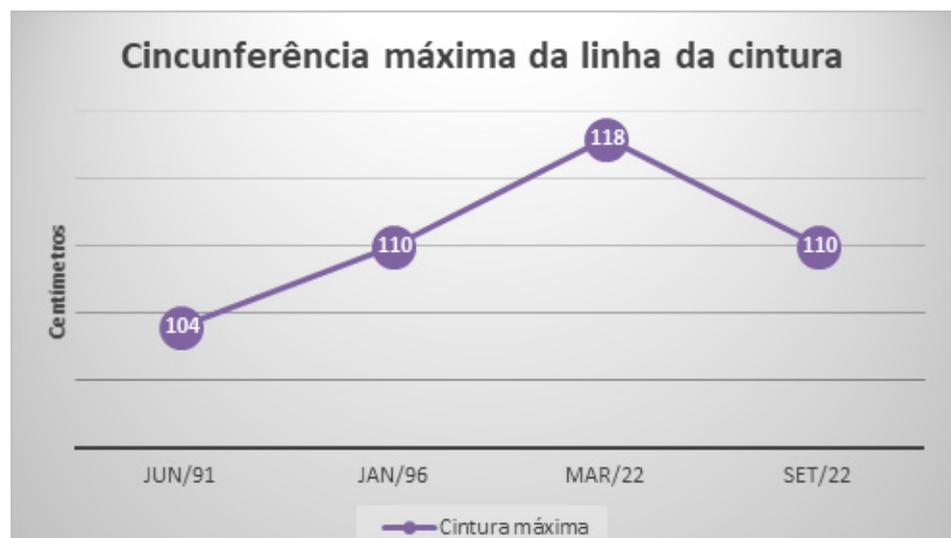
In this edition, the magazine updated its measurement chart according to ABNT standards, and its consultant Cristiane Lalra (*Revista Manequim*, 2022, p. 4) notes that ‘it is possible to observe the difference primarily in waist circumference, which has increased more than other measurements on the chart.’

When comparing the March 2022 chart to that of Sep-

tember of the same year, it is evident that in the September 2022 chart, the magazine once again excluded larger sizes 56, 58, 60, and 62. Previously, size 62 accommodated a waist circumference of 118 centimeters; currently, the largest size offered is 54, corresponding to a 110-centimeter waist. In this edition, two patterns are available in this size: a shirt and a pair of pants. With this change, there has been a total loss of eight centimeters in waist circumference.

This time, however, all sizes increased by four centimeters in waist circumference, suggesting that the slim population gained more waist size. Despite adjusting the measurement chart to ABNT standards, it is evident that, even though the magazine mentions on almost all its covers that patterns are available for plus-size women, this does not materialize in practice. In this regard, compared to the other charts analyzed, the current chart has reverted to offering the same maximum waist measurement as the 1996 chart, with a maximum waist of 110 centimeters. To visually clarify this, Graph 1 is presented below, showing the respective changes.

Graph 1. Measurement Charts available in Revista Manequim (1991-1996-2022).



Source: Prepared by the author.

Observing this graph, it is evident that, in terms of pattern sizes, the magazine was better catering to women in its March 2022 chart. However, with the adaptation of its patterns to the current chart following ABNT standards, there was a reduction in the maximum waist size offered.

Additionally, there was a decrease in the availability of larger sizes that previously existed. This exclusion of larger waist circumferences in the magazine occurs precisely when an increase in weight in the country was estimated. According to the 2019 National Health Survey (PNS), the percentage of obese adults has doubled in the last 17 years. Between 2002 and 2003, the percentage was 12.2%, which increased to 26.8% in 2019. This led the proportion of the adult population with excess weight to rise from 43.3% to 61.7%, almost two-thirds of the Brazilian population (Ministry of Health, 2020). It is evident, therefore, that the representation of plus-size individuals in this type of publication will increasingly be necessary.

5. FINAL CONSIDERATIONS

The study of the measurement charts and the patterns available in the magazine was important to verify whether *Manequim* truly caters to the plus-size audience and what it offers for these women. However, the findings presented here made it evident that the claims on the magazine covers do not correspond, in practice, to the patterns offered in magazines from the 1990s or today.

Through the analysis of the measurement charts, it was possible to confirm that the magazine offered sizes up to 62 for many years; however, this promise is only reflected in the measurement chart, as one cannot find patterns for this size when flipping through the magazine, and the larger patterns that do exist are few. In other words, if a plus-size woman buys the magazine to create her garments, she will likely not find patterns for her size—indicating a marginalization of plus-

size bodies.

It was observed that the magazine inconsistently offers patterns supposedly intended for plus-size women with a maximum waist circumference of 110 centimeters. However, 110 centimeters represent an average body, not a plus-size body.

In the measurement chart of the magazine, size GG in the March 2022 edition has a waist circumference of 110 centimeters. However, in the current chart from September 2022, this measurement is now classified as size EG—this change results in a reduction in the maximum waist measurement, creating a “false impression” of an increase concerning the references in labels such as G, GG, and EG. Thus, if this measurement represents the maximum that the magazine offers in patterns, it is not suitable for a truly plus-size body.

Finally, this study contributes to the representation of plus-size women in Brazil and can serve as a basis for future research related to the inclusion of these women in both fashion and media. This study could be extended to analyze measurement charts from educational books or clothing brands aimed at the plus-size audience.

ACKNOWLEDGMENTS

This research was conducted with the support of the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel - Brazil (CAPES) - Funding Code 001.

REFERENCES

AIRES, Aliana. **From fat to plus size: the fashion of larger sizes.** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

BRAZILIAN ASSOCIATION FOR THE STUDY OF OBESITY AND METABOLIC SYNDROME – ABESO. Obesity Map. **Abeso website**, São Paulo, 2023. Available at: <https://abeso.org.br/obesidade-e-sindrome-metabolica/mapa-da-obesidade>. Accessed on: May 10, 2023.

BRANDES, Aline Zendonadi; SOUZA, Patrícia de Mello. Body and fashion from a contemporary perspective. **Projetica**, v. 3, n. 1, p.

119-129, 2012.

BUTLER, Judith. Bodies that Matter: on the discursive limits of "sex." In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). *The Educated Body: Pedagogies of Sexuality*. **Belo Horizonte: Autêntica**, 2001.

CAMPOS, Maria Teresa de Assis; CECÍLIO, Mariana Silva; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues. Display body, being a woman and health: production of meanings in the covers of *Revista Boa Forma*. **Demetra: Food, Nutrition & Health**, [S.l.], v. 11, n. 3, p. 611-628, 2016.

EDITORA ESCALA. Subscribe to Escala: About Manequim. **Editora Escala website**, São Paulo, 2023. Available at: <https://assineescala.com.br/Manequim-3-2/>. Accessed on: May 10, 2023.

FOUCAULT, Michel. **Discipline and Punish**: the birth of the prison. Translated by: Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987.

GRUPO PERFIL. **Media Kit 2022 Q1 – V1**. Grupo Perfil Brasil website, São Paulo, 2022. Available at: https://grupoperfilbrasil.com.br/download/MIDIA_KIT_2022.pdf. Accessed on: January 20, 2023.

GURGEL, Alexandra. **Stop hating yourself**: because loving your own body is a revolutionary act. Rio de Janeiro: Best Seller, 2020.

HAKIME, Rafael; FERREIRA, Verena. How did clothing sizing originate? **Revista Superinteressante**, São Paulo, August 30, 2018. Available at: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-surgiu-numeracao-das-roupas/>. Accessed on: January 5, 2023.

MATOS, Ariele; ALVES, Juliana; BARRETTO, Letícia. The body positive movement and the fat body. **Caderno Discente**, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 28-36, 2022.

MINISTRY OF HEALTH. Health prepares actions for the control of overweight and obesity. **Ministry of Health website**, October 21, 2020. Available at: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2020/outubro/saude-prepara-acoes-para-controle-do-excesso-de-peso-e-da-obesidade>. Accessed on: May 10, 2023.

PENN, G. Semiotic analysis of still images. In: BAUER, M. W; GASKELL, G (ed.). **Qualitative research with text, image, and sound**: a practical manual. 13th ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 319-342.

NATIONAL SURVEY ON HEALTH AND NUTRITION. [S.l.; S.n], 1989. Available at: <https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/1551.pdf>. Accessed on: November 10, 2023.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **History of beauty in Brazil**. São Paulo: Contexto, 2014.

TOMAZ, Rafael Cândido et al. Standard Body: a study on the con-

ceptions of the female body exposed by the media. **Revista Latino-Americana de Psicologia Corporal**, [S.l.], v. 7, n. 10, p. 120-145, 2020.

WOODWARD, Kathryn. Identity and difference: a theoretical and conceptual introduction. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identity and difference: the perspective of cultural studies**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.