

ANA CRISTINA DERETTI DOS SANTOS  
CAMILA MACHADO  
MARIA EDUARDA ROMERO CHAVES  
NATHALIA DA SILVA OBENAU  
THAINÁ MOTTA ALQUINI  
YASMIN VITÓRIA STÜPP

**Moda *Petite Size*: A falta de informação sobre o segmento no vestuário  
feminino**

Jaraguá do Sul  
2024

ANA CRISTINA DERETTI DOS SANTOS  
CAMILA MACHADO  
MARIA EDUARDA ROMERO CHAVES  
NATHALIA DA SILVA OBENAU  
THAINÁ MOTTA ALQUINI  
YASMIN VITÓRIA STÜPP

**Moda *Petite Size*: A falta de informação sobre o segmento no vestuário  
feminino**

Projeto de pesquisa desenvolvido no Programa  
Conectando Saberes do Curso Técnico em  
Modelagem do Vestuário do Instituto Federal de  
Santa Catarina, câmpus Jaraguá do Sul – Centro,  
Orientadora: Vivian Andreatta Los

Jaraguá do Sul

2024

## Sumário

<b>1 TEMA</b>	<b>4</b>
<b>2 DELIMITAÇÃO DO TEMA</b>	<b>4</b>
<b>3 PROBLEMA DE PESQUISA</b>	<b>4</b>
<b>4 HIPÓTESES</b>	<b>4</b>
<b>5 OBJETIVOS</b>	<b>4</b>
5.1 OBJETIVO GERAL	5
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
<b>6 JUSTIFICATIVA</b>	<b>5</b>
<b>7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>7</b>
7.1 MODA	7
7.2 MODA FEMININA	8
7.3 MODA PETITE SIZE e HISTÓRIA	9
7.4 DIFERENÇA ENTRE PETITE SIZE E NANISMO	12
7.5 DIFERENÇA ENTRE PETITE SIZE E SMALL SIZE	13
7.5.1 Proporções corporais	13
7.5.2 Ajuste e Design:	14
7.5.3 Disponibilidade e oferta	14
<b>8 METODOLOGIA</b>	<b>14</b>
<b>9 CRONOGRAMA</b>	<b>16</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>17</b>

## **1 TEMA**

A moda e a falta de informação sobre o segmento *Petite Size* no vestuário feminino.

## **2 DELIMITAÇÃO DO TEMA**

Consequências da falta de conhecimento sobre o termo *Petite Size* em lojas/empresas de vestuário na cidade de Jaraguá do Sul e como isso pode afetar a confecção e compras de roupas adequadas para a sua estatura.

## **3 PROBLEMA DE PESQUISA**

A dificuldade de encontrar informações adequadas para o segmento *Petite Size* dificulta o conhecimento e a absorção de informações condizentes para a criação de vestimentas femininas de marcas brasileiras, afetando a liberdade de escolha dessas mulheres, muitas vezes tendo que recorrer a roupas de seção infantil e/ou ajustes. Sendo a moda *Petite Size* direcionada para pessoas com estatura de 1,60 metros ou menos, com diferentes medidas corporais.

## **4 HIPÓTESES**

- Existe uma falta de opções de vestimentas femininas *Petite Size* em Jaraguá do Sul (SC);
- O mercado de vestuário de Jaraguá do Sul possui baixo conhecimento sobre a moda feminina *Petite Size*;

## **5 OBJETIVOS**

## 5.1 OBJETIVO GERAL

Compreender se existe a falta de informação sobre o tema moda para o público *Petite Size* entre as mulheres de Jaraguá do Sul, mais especificamente no IFSC-Centro, e como isso pode influenciar o seu cotidiano.

## 5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar o que os habitantes de Jaraguá do Sul têm de conhecimento sobre o segmento *Petite Size*;
- Entender se na cidade de Jaraguá do Sul existem lojas que forneçam roupas especificamente para o público *Petite Size*.
- Compreender as dificuldades do público *Petite Size* ao adquirir peças que possam condizer à sua baixa estatura.

## 6 JUSTIFICATIVA

Ao escrevermos este artigo, tornou-se notável os desafios de realizar uma pesquisa que pouco é conhecida, notou-se que na base de dados do Google Acadêmico existem 36 trabalhos voltados a este assunto, o que demonstra pouca pesquisa sobre a área. A cada passo da pesquisa entendemos com mais clareza a falta de conhecimento e o quanto esse público é relegado a um segundo plano.

Diferente da moda *Plus Size* que está diretamente ligada ao peso, o conceito *Petite Size* é a moda pensada para mulheres adultas que têm estatura de 1,40m a 1,60m de altura. “Assim como na moda *Plus Size*, a modelagem é específica, planejada para as proporções do corpo. Atualmente são poucas marcas que estão desenvolvendo esse trabalho, mas já existem algumas”, afirma a consultora de estilo, Bruna Michel (2023).

Na atualidade, o termo *Plus Size* já é muito mais conhecido, onde marcas e lojas entendem sua necessidade de serem reconhecidas e oferecer roupas com medidas corretas para este público, portanto, qual o motivo para o *Petite Size* também não ser inserido no mercado na mesma intensidade?

Hess (2017) afirma que, independentemente do gênero, o termo *Plus Size* teria sido usado pela primeira vez em 1920 pela marca norte-americana Lane Bryant, que foi fundada em 1904 e produzindo, inicialmente, “roupas de todos os tamanhos e para todos os públicos, até que um dia uma cliente grávida pediu que a estilista projetasse roupas confortáveis para a gestante, mas que também fossem bonitas” (MODA PLUS SIZE, s/d). Com este pedido, Bryant criou um vestido com elástico na cintura e saia plissada, que fez sucesso por toda América do Norte.

Já o termo *Petite Size*, ainda se mostra pouco usado, e muito menos conhecido, apesar de também terem necessidade de serem reconhecidos como grupo dentro do público-alvo. Encontrar roupas que façam mulheres se sentirem bem é de grande importância, e tornar visível esta procura deve ser algo de grande proporção e importância.

Garcia (2013, p. 3) afirma que

O que vestimos não representa tudo o que somos, o objetivo máximo de nossas almas, mas a moda é uma forma de expressão, praticamente tudo com que nos comprometemos quando compramos algo, em geral, vem com uma incrível quantidade de boas lembranças.

Diane Crane (2006) destaca a influência da roupa e sua importância na identidade de apresentação do “eu” e como a mídia eletrônica possui um poder de influenciar a forma como cada indivíduo se expressa.

Muitas mulheres buscam essas roupas para se sentirem confortáveis e estilosas. A moda *'petite'* tem o potencial de empoderar mulheres, permitindo que encontrem roupas que realmente se encaixem em seus corpos. Buscamos promover conscientização sobre a diversidade de corpos para que esse segmento ajude a promover uma imagem positiva da autoaceitação .

Nesse sentido, a pesquisa busca avaliar o nível de conhecimento, tanto do público afetado quanto de consumidores que não fazem parte deste grupo. Assim,

desta forma, pode-se transmitir a importância e a relevância da inclusão deste grupo consumidor nas informações de moda existentes no mercado e também despertar para que mais marcas queiram trabalhar neste segmento.

## 7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 7.1 MODA

Conforme o francês, filósofo e sociólogo Gilles Lipovetsky (1989) tem uma visão sobre a história da moda e suas transformações efêmeras, onde Gilles entende que a mudança da vestimenta se inicia por volta do século XVI, dizendo “com a diferenciação no trajar dos sexos”, denominando assim este período por momento aristocrático. Mantendo-se até o século XIX, no momento em que a alta costura passa a orientar a moda, por volta de 1858, na época da moda dos Cem anos. Na década de 60, o autor determina a Moda Aberta, isso pois, de acordo com Lipovetsky (1989 *apud* SILVA, 2022, p. 4) “Um século de diretriz da alta costura é descentralizado pela ascensão da produção serial e democratização do acesso à moda, nas figuras do prêt-à-porter ou ready-to-wear”. Por fim, o autor destina a tratar sobre a Moda Consumada e as áreas como publicidade, consumo, beleza, disseminação entre outros. (SILVA, 2022, p. 4).

Figura 1 - História da Moda

### Linha do Tempo da História da Moda



Fonte: construída a partir das reflexões de Lipovetsky (1989).

## 7.2 MODA FEMININA

Entendemos que a moda vem influenciando as mulheres desde o século XVII, pela diferença das classes sociais, onde os ricos usavam vestes com valor mais alto, melhor qualidade e ótima durabilidade enquanto a classe baixa utilizava vestes mais simples, sem coloração e uma configuração caseira, não industrializada. Conforme a indústria da moda foi crescendo, as mulheres começaram a ter presença ativa no mercado de trabalho, necessitando assim de vestes mais apropriadas e confortáveis para tal atividade, utilizando tecidos que são usados na confecção de roupas masculinas. (CARACIOLA; Carolina, 2018, p. 82).

Ao longo do século XVII, mais precisamente na década de 1670, a indústria da moda foi originada, com forte influência em Paris, revolucionando ações e limitando distâncias sociais.

Foi nessa época que se originou que hoje conhecemos como indústria da moda, a gigantesca rede de designers, fabricantes, comerciantes e publicitários que decretam as mudanças na moda e ditam cada detalhe da imagem oficial que a moda deve assumir a cada nova estação. (DEJEAN, 2010, p. 47 apud CARACIOLA, 2018, p. 82).

Com o passar dos anos surgiram diversas mudanças da moda, como as criações de novas roupas para o público *Petite Size*, porém essa moda não é muito conhecida, visto que são poucas as lojas físicas que as comercializam, trazendo certas dificuldades para o vestuário feminino. Essas mulheres são prejudicadas pela falta de disponibilidade de roupas para o seu tamanho ideal, podendo assim afetá-las diretamente ou indiretamente, e conseqüentemente, as fazerem sentir inseguras, afligindo sua autoestima e a segurança de se sentir bem consigo mesma.

Contemplamos como a imagem externa é importante para qualquer indivíduo, a forma na qual ele se apresenta, se expressa, como ele realmente se sente, pois concede voz e visibilidade ao corpo de pequena estatura e ao mesmo tempo gera identificação por parte do indivíduo que não se sente representado, porque viver em uma sociedade que não olha para o seu tipo de corpo afeta suas emoções e

felicidade. O que nos faz questionar: será que ao entrar em lojas, essa mulher de pequena estatura se encontra nas peças que lhe são apresentadas?

Conforme a autora Denise Pollini diz sobre o significado da palavra “moda”, ‘é utilizada em contextos tão amplos que fica difícil para aquele que deseja entender o que é moda abrir caminho no meio da enxurrada de aplicações da palavra’.

Nos dias de hoje não podemos definir a “moda” apenas para o que vestimos, pois ela abrange o comportamento, linguagens, opiniões e escolhas estéticas. E atender a públicos às margens da sociedade é fundamental para uma moda democrática. (POLLINI; Denise, 2007, p.9).

### 7.3 MODA PETITE SIZE e HISTÓRIA

Roupas *Petite* são projetadas para fornecer um ajuste mais adequado para mulheres de estatura menor. Isso inclui ajustes nas proporções das roupas, como o comprimento das mangas e das pernas, e a altura da cintura. De acordo com a American Apparel & Footwear Association (AAFA), a maioria das marcas define *Petite* para mulheres com estatura abaixo de 1,60m, e as roupas são ajustadas para refletir essa altura reduzida (AAFA, "Sizing & Fit" 2017).

A popularização das roupas *Petite* começou nas décadas de 1950 e 1960, quando designers começaram a perceber a necessidade de roupas ajustadas para mulheres de estatura menor. Em um artigo para a *Vogue*, Amy Odell explica que a demanda por roupas *Petite* surgiu porque muitas mulheres pequenas estavam enfrentando dificuldades com roupas que não se ajustavam bem (ODELL, "The Petite Problem" p. 56-60).

Para que uma mulher seja considerada *Petite* ela deve medir 1,60m ou menos, e os fatores que determinam a estatura de um indivíduo são complexos e incluem a interação de variáveis genéticas, nutricionais e ambientais. No Brasil, a média de altura das mulheres é em torno de 1,60m, refletindo a influência desses

múltiplos fatores ao longo do desenvolvimento e crescimento (ASSUNÇÃO; et al., 2020, p. 20).

A altura de um indivíduo é amplamente determinada por fatores genéticos. Estudos mostram que a estatura é uma característica poligênica, ou seja, é influenciada por múltiplos genes que interagem com o ambiente. A genética dos pais tem um papel crucial na determinação da altura dos filhos (NHS, 2021).

A nutrição durante a infância e adolescência é fundamental para o crescimento. Deficiências nutricionais, especialmente de proteínas e vitaminas, podem afetar negativamente o crescimento. No Brasil, apesar dos avanços na saúde pública e na nutrição, ainda há desigualdades regionais que podem influenciar a altura média (BRASIL, 2020).

Neste sentido, procuramos uma profissional para tirar dúvidas específicas. Foi elaborado perguntas e enviado para diversos profissionais da área da saúde, para que nos respondesse às seguintes perguntas:

1. Há alguma idade específica, ou uma fase específica, que o crescimento de estatura e a mudança hormonal de uma mulher se tornam mais definitivos no corpo? Qual a estatura mais comum?
2. Quando os hormônios se estabilizam no corpo feminino após a puberdade?
3. O anticoncepcional influencia nessa mudança física? Por estar utilizando na fase de crescimento.
4. Indicação de faixa etária para a pesquisa, em relação a uma idade em que as jovens param de crescer, porém ainda considerando uma juventude até uns 25 anos em média.
5. O crescimento hormonal tem influência no psicológico? Há relatos?
6. Teria alguma indicação de artigo/livro para usarmos como referência na área de crescimento?
7. Você teria algum conhecimento sobre o termo Petite Size?
8. Qual seria a diferença de pessoas com nanismo e pessoas do grupo "Petite Size"?

Após uma semana, tivemos o retorno da Dra Paola (ginecologista), da Clínica Integrative - Clínica de Saúde Integral que se dispôs a responder nossas perguntas, onde obtivemos as seguintes respostas:

01. Depois da primeira menstruação a menina apresenta uma desaceleração do crescimento, mas ele continua a ocorrer por mais 3 ou 4 anos em média. O ganho de estatura varia para cada menina, mas costuma ser próximo de 8 cm. No Brasil a média masculina é 1,72 m e a feminina 1,61 m, praticamente a mesma da média mundial, que é 1,73 m para homens e 1,60 m para mulheres. A estatura irá variar da genética e da região.
02. Diferentes dos homens, nós mulheres somos cíclicas, nossos hormônios estão sempre mudando durante nosso ciclo menstrual. Caso estejam, que têm um papel importante na promoção do crescimento de crianças e adolescentes até o término completo. O crescimento vai acontecendo aos poucos, desde a concepção até a vida adulta, até que haja a calcificação das cartilagens de crescimento, que é uma região especial dos ossos.
03. O uso da pílula anticoncepcional não interfere no crescimento das meninas. Nas últimas décadas, a precocidade da puberdade acelerou o início da vida sexual e do uso de métodos anticoncepcionais. Apesar de as pílulas serem compostas por hormônios femininos (como os estrógenos), a dosagem é insuficiente para bloquear a atividade dos centros de crescimento dos ossos longos.
04. Não entendi a pergunta.
05. Não entendi a pergunta.
06. Não conheço. Talvez alguns especialistas da área de endocrinologista poderiam informar melhor para vocês.
07. Desconheço o termo *Petite Size*.
08. Nanismo: Este termo é utilizado para descrever a baixa estatura provocada por distúrbios de crescimento.

Com tudo, analisamos que através dos artigos pesquisados e a entrevista, entendemos que o *Petite Size* se encaixa em mulheres abaixo de 1,60 metros onde alguns fatores contribuem para isso.

Entretanto, um artigo da ABNT conta com uma tabela na qual considera mulheres de baixa estatura apenas mulheres com medidas abaixo de 1,57 metros.

Com tudo, analisamos através dos artigos pesquisados e a entrevista, que o *Petite Size* se encaixa em mulheres abaixo de 1,60 metros onde alguns fatores contribuem para isso.

#### 7.4 DIFERENÇA ENTRE PETITE SIZE E NANISMO

De maneira geral, a definição de nanismo pode ser bastante subjetiva e, apesar das dificuldades em determinar um limite exato de altura que distingue as pessoas com nanismo do restante da população, é comum considerar o nanismo quando a altura é até 20% menor que a média da espécie. Assim, considera-se que um homem com altura abaixo de 1,50m e uma mulher com altura abaixo de 1,45m podem ser classificados como tendo nanismo (Costa, 2012; Coutinho, 1979; Manuila et al., 2000). O Nanismo, como nos diz Varella (2017):

Sendo o nanismo causado por um distúrbio autossômico, ele não vem acompanhado por distúrbios psicológicos de forma orgânica, porém, devido às privações sociais e a construção histórica dos indivíduos portadores, geralmente acabam por desenvolvê-los. (VARELLA, 2017 *apud* BALLEEN 2018, p.3).

Conforme Varella (2017) “A forma mais comum é causada por hereditariedade, mas pode ser causada também por mutações genéticas ou por disfunções do hormônio do crescimento”. Percebemos que tanto o público com nanismo e a moda *petite size* possuem dificuldades similares como a dificuldade em encontrar vestuário específico para esse público e como é difícil se sentir parte do todo quando não existem modelagens que são pensadas para as mulheres. (VARELLA, 2017 *apud* BALLEEN 2018, p.5).

"Enquanto o nanismo é muitas vezes cercado de estigmas, o 'petite size' tende a ser uma categorização mais neutra, focando na estética e no ajuste" (Johnson, 2019). Tornando essa a diferença mais perceptível, apesar de ambos estarem relacionados proporções e alturas, o nanismo está diretamente ligado ao

transtorno de deficiência de crescimento tanto em homens quanto mulheres podendo ser muitas vezes diagnosticado na infância , já o *Petite Size* é especificamente para mulheres de estatura inferior a 1,60, não envolvendo questões de transtorno de deficiência de crescimento. Essa classificação não se limita apenas à altura, mas também leva em conta as proporções do corpo, como a largura dos ombros, o comprimento das mangas e a altura da cintura.

## 7.5 DIFERENÇA ENTRE PETITE SIZE E SMALL SIZE

Nesta pesquisa, abordamos o termo *Petite Size*; porém , com o andamento das pesquisas e leituras de artigos para a realização do trabalho, nos deparamos com outro termo: "*small size*". Diante deste novo termo encontrado, buscamos estudar e entendê-lo para sabermos se estamos abordando o conteúdo correto e coerente ao tema escolhido. Entretanto, ao ser estudado mais a fundo, entendemos que ambos abordam grupos de pessoas diferentes e propostas opostas. Nos próximos tópicos, serão apresentadas as principais diferenças.

### 7.5.1 Proporções corporais

***Petite Size:*** O tamanho "*petite*" é destinado a mulheres de estatura menor, geralmente abaixo de 1,60 m. As roupas "*petite*" são ajustadas para oferecer uma proporção mais adequada para a altura reduzida, o que inclui a altura da cintura, o comprimento das mangas e pernas, e outras dimensões específicas. Como observa a Harper's Bazaar, as roupas "*petite*" não são apenas menores, mas têm ajustes proporcionais que atendem melhor à estrutura de uma pessoa baixa (Harper's Bazaar, "The Best Petite Brands to Shop Right Now").

***Small Size:*** O tamanho "*small*" (ou pequeno) refere-se simplesmente a uma medida menor em termos de volume corporal, sem considerar a altura. As roupas "*small*" podem ser usadas por pessoas de várias alturas, desde altas até baixas, e não têm ajustes proporcionais para estaturas menores.

### 7.5.2 Ajuste e Design:

**Petite Size:** As roupas "*petite*" têm ajustes específicos para se adequar a mulheres pequenas, como uma cintura mais alta, ombros mais estreitos e um comprimento de perna mais curto. Isso é feito para garantir que as roupas se ajustem de maneira mais confortável e estética para a altura reduzida (Crum, Refinery29, "Why We Need More Petite Clothing").

**Small Size:** As roupas "*small*" são ajustadas para um corpo pequeno em termos de largura e volume, mas não consideram a altura. Por exemplo, uma camiseta tamanho "*small*" pode ser adequada em largura para uma pessoa pequena, mas não necessariamente será adequada em comprimento.

### 7.5.3 Disponibilidade e oferta

**Petite Size:** Muitas marcas têm seções dedicadas exclusivamente a "*petite*", como para oferecer opções ajustadas especificamente para esse grupo de clientes (Odell, Vogue, "The Petite Problem").

**Small Size:** O tamanho "*small*" é encontrado em praticamente todas as linhas de roupas e não exige seções especiais, pois é uma classificação padrão disponível em muitas marcas.

## 8 METODOLOGIA

A pesquisa busca trazer através da leitura de artigos e livros, informações acerca do tema moda *Petite Size*, baixa estatura feminina em diferentes biotipos.

Durante a próxima fase da pesquisa, vão ser abordadas, através de um questionário com perguntas de caráter quali-quantitativo, disponibilizado nas mídias sociais (Instagram) por meio de links compartilhados em publicações temporárias (Stories), para mulheres, entre 15 e 20 anos, consumidoras da moda em Jaraguá do Sul com o objetivo de aglutinar uma população que servirá de base para seleção da pesquisa cuja a intenção é reunir mulheres abaixo de 1,60m.

Analisamos esta faixa etária conforme a pesquisa realizada com a Ginecologista que se prontificou, onde ela explica que “Depois da primeira menstruação a menina apresenta uma desaceleração do crescimento, mas ele continua a ocorrer por mais 3 ou 4 anos em média”. Ainda sim, esta regra é muito imprecisa, onde pode variar de mulher para mulher, algumas continuam na fase de desenvolvimento de estatura e outras estabilizam logo após o primeiro ciclo menstrual. “O crescimento vai acontecendo aos poucos, desde a concepção até a vida adulta, até que haja a calcificação das cartilagens de crescimento, que é uma região especial dos ossos.”

Após algumas discussões entre as pesquisadoras, observamos que a faixa etária ideal seria 15 e 20 anos, onde o questionário poderia ser aplicada com mais precisão abrangendo todos os biotipos e podendo ser realizado no ambiente do IFSC e também fora dele.

A pesquisa visará entender se conhecem o termo *Petite Size*, qual o nível de informação sobre este grupo e compartilhar das dificuldades provocadas pela falta de opções, para que assim possamos identificar o grau de conhecimento. Será feita divulgação de ideias, propostas e discussões em torno do tema. Perguntas de caráter quali-quantitativo.

Quali-quantitativo é uma abordagem que envolve a combinação de métodos qualitativos e quantitativos em uma única investigação, com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais ampla e profunda dos fenômenos estudados. Este tipo de pesquisa permite a triangulação dos dados, potencializando a validação dos resultados por meio da integração das duas abordagens. (Creswell, J. W., & Plano Clark, 2011).

Essa abordagem mista permite triangulação de dados, aumentando a validade e a robustez dos resultados. Ao mesmo tempo, iremos entrar em contato para falar com quatro vendedores da área de moda do grande varejo. Para que por meio da aplicação de questionários, realizar um levantamento de dados em relação a disponibilidade de peças oferecidas pelo o mercado local e satisfação das consumidoras, discutindo a visão do vendedor, fabricante e consumidor em relação ao que é oferecido pelo o mercado. Procurando entender as dificuldades para encontrar peças que se ajustem aos seus corpos, deixando aberto para que as





**American Apparel & Footwear Association (AAFA).** Sizing & Fit. Disponível em: <https://www.aafa.org/sizing-fit>. Acesso em: 16 jul. 2024.

ANDRADE, TATIANE GOMES. **a baixa estatura da moda: o silêncio da academia e do mercado em relação ao corpo small size.** Disponível em: <https://conic-semesp.org.br/anais/files/2020/trabalho-1000006333.pdf>

ARMAS. **Conheça a moda petite size.** Disponível em: <https://www.armase.com.br/pagina/conheca-a-moda-petite.html>. Acesso em: 25 jul. 2024.

Caraciola, Carolina Boari. **A INFLUÊNCIA DA MODA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.** ArquivosdoCMD, Volume7, N.2. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/22220/23287>. Acesso em: 30 jul 2024

CRESWELL, John W. Et al., **CALIFORNIA STATE UNIVERSITY, NORTHRIDGE (CSUN).** *Best Practices for Mixed Methods Research.* Disponível em: [https://www.csun.edu/sites/default/files/best\\_prac\\_mixed\\_methods.pdf](https://www.csun.edu/sites/default/files/best_prac_mixed_methods.pdf). Acesso em: 25 jul. 2024.

CRESWELL, J. W.; PLANO CLARK, V. L. **Designing and Conducting Mixed Methods Research.** (2011). Disponível em: <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1596237> . Acesso em: 18 jun. 2024.

**Crum, Maddie.** Why We Need More Petite Clothing. Refinery29. Disponível em: <https://www.refinery29.com/en-us/2021/09/10803568/why-we-need-more-petite-clothing>. Acesso em: 16 jul. 2024.

COLLING, Ana Maria. **A CONSTRUÇÃO HISTÓRICA DO CORPO FEMININO.** Caderno Espaço Feminino, [S. l.], v. 28, n. 2. Uberlândia-MG, 2015. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/neguem/article/view/34170>. Acesso em: 30 jul. 2024.

COSTA, A. **Deficiência, Nanismo e Mercado de Trabalho - Dinâmicas de Inclusão e Exclusão.** Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/5bbf7f957098a8cb1381e0dc0af59f23/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>. Acesso em: 26 jul. 2024.

COUTINHO, R. **corpo e imagem corporal no início da adolescência feminina** .boletim de psicologia, 2006, vol. lvi. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/bolpsi/v56n124/v56n124a03.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2024.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas.** São Paulo: Editora Senac, 2006.

**Harper's Bazaar.** The Best Petite Brands to Shop Right Now. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/a28496332/best-petite-brands/>. Acesso em: 13 jul. 2024.

MICHEL, Bruna. Plus Size e Petite Wear: entenda esses dois conceitos em alta no mercado da moda. **Jornalismo Senac-RS**, 9 fev. 2023. Disponível em: <https://conteudo.senacrs.com.br/plus-size-e-petite-wear-incluem-boa-parcela-da-populacao/>. Acesso em: 20 jul. 2024.

MOREIRA, L. M. A. **Desenvolvimento e crescimento humano: da concepção à puberdade.** In: ALGUMAS ABORDAGENS DA EDUCAÇÃO SEXUAL NA DEFICIÊNCIA INTELECTUAL. 3. ed. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 113-123. Bahia de Todos Collection. ISBN 978-85-232-1157-8. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/7z56d/pdf/moreira-9788523211578-11.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2024.

MURARI, K. S.; DORNELLES, P. P. **Uma revisão acerca do padrão de autoimagem em adolescentes.** Revista Perspectivas em Ciências e Saúde, v. 3, n. 1, p. 155-168, 2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/bolpsi/v56n124/v56n124a03.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2024.

Odell, Amy. **The Petite Problem.** Vogue. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/petite-problem>. Acesso em: 13 jul. 2024.

**PAES, Camila de Castro.** AMERICANA, SP 2022.PLUS SIZE: DESAFIOS DE PRECIFICAÇÃO. Disponível em: [https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/12248/4/2S2022\\_Camila%20De%20Castro%20Paes\\_OD1235.pdf](https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/12248/4/2S2022_Camila%20De%20Castro%20Paes_OD1235.pdf). Acesso em: 25 jul. 2024.

PAES, Camila de Castro. **Uma revisão acerca do padrão de autoimagem em adolescentes.** Murari KS, Dorneles PP. Uma revisão acerca do padrão de autoimagem em adolescentes. R. Perspect. Ci. e Saúde 2018;3(1):155-168. Disponível em: <http://sys.facos.edu.br/ojs/index.php/perspectiva/article/view/209/197> Acesso em: 31 jul 2024.

POLLINI, D. **Breve história da moda.** Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=IH91DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=info:Upsy8DKDKMQJ:scholar.google.com/&ots=u8EVAUy68B&sig=Q92byVneggbg7gfwySHd1VdreYo#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 11 jul. 2024.

SILVEIRA, Débora Lazzarin da, SORATTO, Rafaela Bett. **consultoria de moda: um estudo de caso sobre autoconhecimento e autoestima.** Disponível em: [https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2312/tcc.d%3%a9bora\\_lazzarin\\_da\\_silveira.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2312/tcc.d%3%a9bora_lazzarin_da_silveira.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 25 jul. 2024.

Tuchman, B. W. (1962). **The March of Folly: From Troy to Vietnam**. New York: Alfred A. Knopf. Acesso em 10 set 2024.

UBIBLIORUM. **Moda Plus Size Criação de uma marca de moda**. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/6637>. Acesso em: 25 jul. 2024.

BALLEN, C.F. **Nanismo: A moda aliada a ergonomia como fator de inclusão**, 2018. Disponível em: [https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/ped2018/4.3\\_ACO\\_35.pdf](https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/ped2018/4.3_ACO_35.pdf)  
Acesso em: 13 set 2024.

SILVA, K.P.F. **Alinhavos para uma história da moda Stretching for a fashion history**. 2022. Disponível em: <https://seer.franca.unesp.br/index.php/historiaecultura/article/view/3692> .  
Acesso em: 26 set 2024.

Martins, A. (2020). **Empoderamento Feminino e Moda: O Papel das Roupas 'Petite' na Autoestima das Mulheres**. Journal de Estudos de Gênero.