



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO
CURSO DE BACHARELADO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO

MARIA CARLA SANTANA DE ARRUDA

**UM OLHAR SOBRE A MODA MODESTA FEMININA PLUS SIZE NA
ATUALIDADE BRASILEIRA (2021-2022)**

Recife,
2022

MARIA CARLA SANTANA DE ARRUDA

**UM OLHAR SOBRE A MODA MODESTA FEMININA PLUS SIZE NA
ATUALIDADE BRASILEIRA (2021-2022)**

Recife,
2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A779o Arruda, Maria Carla Santana de
Um olhar sobre a moda modesta feminina plus size na atualidade brasileira (2021-2022) / Maria Carla Santana de
Arruda. - 2022.
38 f. : il.

Orientadora: Jaqueline Ferreira Holanda de Melo.
Inclui referências.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em
Ciências do Consumo, Recife, 2022.

1. Religião. 2. Moda-vestuário. 3. Mulheres gordas. I. Melo, Jaqueline Ferreira Holanda de, orient. II. Título

CDD 640

MARIA CARLA SANTANA DE ARRUDA

**UM OLHAR SOBRE A MODA MODESTA FEMININA PLUS SIZE NA
ATUALIDADE BRASILEIRA (2021-2022)**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências do Consumo do Departamento de Ciências do Consumo, Universidade Federal Rural de Pernambuco, pela seguinte banca examinadora:

Banca Examinadora

JAQUELINE FERREIRA HOLANDA DE MELO

Orientadora (DCC - UFRPE)

MARIA ALICE VASCONCELOS ROCHA

Examinadora interna (DCC - UFRPE)

BRUNA BEATRIZ COELHO SOARES

Examinadora externa

Recife – PE, 26 de maio de 2022.

DEDICATÓRIA

Dedico ao meu melhor amigo: Jesus.
Que me salvou por meio da sua
maravilhosa graça e me fez alcançar este
título, pois todas as coisas vêm dele!

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela infinita misericórdia que me trouxe até aqui, e por seu cuidado e sustento que foram incansáveis ao longo de todo o caminho. Assim, posso dizer que “hoje eu sou quem eu sou, pois sua mão me acompanhava” (vocal livre).

A minha família, por todo o suporte, carinho e incentivo que recebi durante a trajetória.

Aos meus amigos que me acompanharam e oraram por mim, foram meu conforto e consolo na tribulação e na angustia fizeram-se meus irmãos.

A minha orientadora, professora Jaqueline, por ter acreditado nas minhas ideias e lutado por elas como se fossem suas, pelo seu tempo investido e pelas lições ensinadas. Sua dedicação e amizade foram um presente para mim.

A banca, por dedicar seu tempo e sabedoria a correção do meu trabalho, trazendo riqueza ao texto por meio da sua experiência.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a construção deste trabalho.

Deus vos abençoe!

Um olhar sobre a moda modesta feminina plus size na atualidade brasileira (2021-2022)

Maria Carla Santana de Arruda¹
Jaqueline Ferreira Holanda de Melo¹

¹ Departamento de Ciências do Consumo, Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE. Avenida Dom Manoel de Medeiros, S/N, Recife, PE, Brasil, 52171-900.

Resumo

A moda modesta é caracterizada por ser uma moda que objetiva atender normas religiosas de vestimenta, e partir do presente estudo, há o entendimento de que seu viés é predominantemente para o público feminino. Pensando nas especificidades de parte do público deste segmento “moda modesta feminina”, o atendimento da demanda de mulheres que vestem acima do tamanho 46 foi considerado para traçar o objetivo geral do estudo, que foi analisar a moda modesta plus size para mulheres evangélicas na atualidade brasileira (2021-2022), especificamente o público assembleiano. Para isso, utilizou-se três etapas metodológicas: Uma busca exploratória da literatura; levantamento de dados em lojas virtuais e físicas e pesquisa ativa por meio de observação participante. Compreendeu-se que a moda modesta possui características ainda mais “recatadas” do que a moda evangélica e, assim como a moda secular, possui oferta limitada de modelos e estampas para mulheres gordas. Constatou-se ainda que, mesmo no meio religioso, padrões estéticos também como a moda secular hegemônica foram repetidos ao longo dos achados, acusando a pouca representatividade de mulheres pretas e gordas em mídias sociais e nas publicidades de negócios de moda modesta.

Palavras-chaves: religião. moda-vestuário. mulheres gordas.

Abstract

Modest fashion is characterized by being a fashion that aims to meet religious dress standards, and from the present study, there is the understanding that its bias is predominantly for the female audience. Thinking about the specificities of part of the public of this segment "modest women's fashion", meeting the demand of women who dress over size 46 was considered to outline the general objective of the study, which was to analyze the modest plus size fashion for evangelical women today. Brazilian (2021-2022), specifically the assembly public. For this, three methodological steps were used: An exploratory search of the literature; data collection in virtual and physical stores and active research through participant observation. It was understood that modest fashion has even more “modest” characteristics than evangelical fashion and, like secular fashion, has a limited supply of models and prints for fat women. It was also found that, even in the religious environment, aesthetic standards such as the hegemonic secular fashion were repeated throughout the findings, accusing the low representation of black and fat women in social media and in modest fashion business advertisements

Keywords: religion. Clothing. fat women.

INTRODUÇÃO

Existem diversos segmentos de moda e eles objetivam atender demandas de uma sociedade que está em contínua mudança. Entre esses segmentos, está a popularmente chamada “moda gospel ou evangélica” ou ainda, especificamente, a “moda modesta”, que é compreendida como uma moda para atender normas religiosas de vestimenta, no caso deste estudo, normas cristãs alinhadas ao que se conhece no Brasil por denominações “evangélicas” (CANÊDO, 2015).

Ao falarmos em atendimento de demanda segundo às especificidades de consumidoras/es e ao frequentarmos lojas de departamento, podemos perceber que tamanhos acima de 46 ainda são escassos e quando existentes, são relativamente mais caros que os tamanhos menores. Além disso, no caso de lojas de moda modesta, muitas vezes podemos perceber uma padronização de tamanhos que não corresponde à realidade, a exemplos de tamanhos vendidos sob a marcação de plus size, mas que não há modelos com números acima do 46, considerados Plus Size (SANTOS, 2016; RUDZ, 2020), ou comercializam peças identificadas com numeração 52, mas que não corresponde ao corpo que veste 52.

Vale ressaltar que há uma linha tênue entre Moda gospel ou evangélica e moda modesta. A priori, menciona-se o fato de que a primeira atende a um público amplo de vertentes de grupos de praticantes religiosos que se intitulam “evangélicos” - e assim normas também variadas, e no caso da segunda, é um tipo de vestimenta que contempla também o público mulçumano e pessoas que procuram modelagens não ajustadas ou mesmo “coladas” ao corpo, com pouca ou nenhuma transparência na composição dos seus looks. O estudo realizado e exposto neste trabalho foi direcionado à moda modesta, especificamente considerando as normas religiosas de vestimenta para mulheres da Igreja Evangélica Assembleia de Deus - IEAD, em Pernambuco.

Neste sentido, faz-se necessário ressaltar que moda e vestuário possuem valores semânticos diferentes, de maneira que de acordo com CASARIN *et al.* (2022), que se baseiam em Kawamura (2018), o termo moda refere-se a um sistema que pressupõe um mecanismo de difusão, que valoriza a produção sistemática da mudança e voltado à uma dimensão simbólica construída na cultura, operando valores intangíveis, a exemplo das coleções produzidas especificamente para determinadas estações; enquanto o vestuário está relacionado à dimensão material, na qual a moda se apoia e vai além. Aqui, é preciso marcar que embora este estudo alcance questões da materialidade do vestir, ele é direcionado

principalmente às questões simbólicas, ou seja, aos valores de moda, o que inclusive foi o refinador das buscas tratadas na seção da metodologia.

É mister registrar também que a inquietação inicial para realização do estudo do qual foi desenvolvido o presente trabalho, surgiu da observação cotidiana da primeira autora, que se reconhece como evangélica, adepta da doutrina da IEAD, mulher preta e gorda. Neste contexto, considerou-se ainda que: “Não existe uma ciência neutra” (MINAYO, 2015. p. 13). Com essa máxima, Minayo (2015) não faz uma ode à parcialidade ou a manipulação de pesquisa da parte do pesquisador/estudioso em seu favor, mas elucida e desmistifica o fato de que este está situado historicamente, e que é um sujeito que tem visões de mundo que o atravessam e podem impeli-lo a determinado campo acadêmico, sem comprometer o olhar crítico sobre determinada temática que lhe seja cara.

Ressalta-se ainda, que este estudo foi desenvolvido com fins de trabalho de conclusão de curso, sob a ótica da formação do profissional das Ciências do Consumo, que busca uma visão ampla sobre o fenômeno do consumo dentro das ciências sociais aplicadas, de forma a contemplar e correlacionar, neste caso, consumo, moda, vestuário e religião.

Diante do exposto, o estudo realizado teve por objetivo geral analisar a moda modesta plus size para mulheres evangélicas na atualidade (2021-2022), considerando principalmente estudos brasileiros e o público assembleiano. Os objetivos específicos estão voltados a: 1. Realizar levantamento bibliográfico sobre o pentecostalismo e a Assembleia de Deus no Brasil e em Pernambuco; 2. bem como sobre a “Moda Modesta” (nestes termos) no país; e, 3. Investigar o segmento de mercado da moda modesta na atualidade, sob o viés de demanda do público de mulheres gordas evangélicas assembleianas, tanto em plataformas virtuais, quanto em lojas físicas na Região Metropolitana do Recife-PE.

2. O PENTECOSTALISMO, A IEAD E A MODA MODESTA

Serão abordados neste trabalho, o pentecostalismo, associado à IEAD principalmente a partir das contribuições de Pereira *et al.* (2021) e Costa (2017). Neste ponto, será importante compreender as origens do movimento pentecostal no país e suas contribuições diretas no processo de construção das recomendações para escolha do vestuário feminino dentro das instituições evangélicas. Já em relação à Moda Modesta, esta será compreendida partindo de um paralelo entre estudos sobre a Moda Muçulmana e a Moda Evangélica. Seus conceitos serão abordados principalmente por meio dos estudos da historiadora Lewis (2011; 2014; 2019), uma das principais pesquisadoras a respeito da Moda Modesta.

2.1 O pentecostalismo e as Assembléias de Deus no Brasil

Inicialmente, é importante situar neste trabalho pontos explicativos sobre o pentecostalismo e seu surgimento, que é antes de 1905 e tem raízes metodistas. Dos EUA para o Brasil, há o relato de um acontecimento que marcou o surgimento da vertente religiosa, que tornou-se referência para outras localidades para as quais iria se expandir. Trata-se do avivamento da Rua Azusa, em Los Angeles, em uma das igrejas *Holiness*, liderado pelo pastor William Joseph Seymour, que tomou conhecimento do batismo no Espírito Santo em 1905 numa das escolas bíblicas de Parham. A partir de então, os adeptos do Pentecostalismo nos EUA passam a focar o batismo com o Espírito Santo, a glossolalia¹ e a salvação da alma (COSTA, 2017; PANCIERI, 2017).

Faz-se necessário destacar a importância das igrejas *Holiness* para o pentecostalismo e para o movimento negro do referido país. William Joseph Seymour, além de pastor, era negro e militante antirracista. Em suas igrejas, os negros exerciam cargos de liderança, ensinavam e participavam ativamente das decisões da comunidade (LIMA; ROSSI, 2020). Segundo Silva (2015), ao analisar a formação e a expansão pentecostal no Brasil, o número de negros dentro do movimento é bastante amplo, ao ponto de ser denominada a religião [cristã] mais negra brasileira (OLIVEIRA, 2004).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no último censo realizado (2010), 60,0% dos cristãos que se declaravam evangélicos, eram de origem pentecostal, dentre estes, mais de 8 milhões, eram pretos (OLIVEIRA, 2004; IBGE, 2010). Nesse contexto, Alencar (2010) -referência nas discussões acerca do surgimento do pentecostalismo e das assembleias de Deus no país-, afirma que o movimento pentecostal cresceu de forma periférica no Brasil desde a sua chegada, tendo sempre entre seus seguidores pessoas pretas e pobres.

A trajetória do pentecostalismo no Brasil pode ser classificada em três ondas: A primeira onda, que remete ao ocorrido em Los Angeles em 1905, conforme abordado no primeiro parágrafo. A segunda onda, conhecida como deuteropentecostalismo, enfoca a cura divina e estimula cultos com excessiva demonstração de glossolalia, e a terceira, conhecida como neopentecostalismo, exalta o exorcismo e a teologia da prosperidade (COSTA, 2017; PANCIERI, 2017). Pereira (2021) destaca algumas das instituições pertencentes a cada onda e períodos onde foram predominantes no Brasil:

¹ Capacidade de falar em línguas desconhecidas, consideradas línguas celestes e frequentemente associadas ao milagre de pentecostes descrito em Atos - Capítulo 2, do livro “Bíblia Sagrada”.

A primeira onda, acontece entre os anos de 1910 e 1950 com a abertura da Congregação Cristã no Brasil (CCB) e, posteriormente, da Igreja Evangélica Assembleia de Deus (IEAD) com a chegada de Daniel Berg e Gunnar Vingren. Apenas essas duas igrejas “dominaram” o cenário pentecostal no país durante 40 anos, pois outras congregações eram quase inexpressivas. Após esse período o crescimento da CCB estagnou enquanto a IEAD expandiu-se geograficamente. A segunda fase ocorre entre 1950 e 1960, com o surgimento da Igreja do Evangelho Quadrangular (IEQ), Igreja - o Brasil para Cristo, e a Igreja Pentecostal Deus é Amor (IPDA). A terceira onda inicia-se no fim da década de 70 e início de 1980, tendo como principais representantes a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) seguida pela Igreja Internacional da Graça de Deus (PEREIRA, 2021, p.238).

Daniel Berg e Gunnar Vingren iniciam suas atividades missionárias no Brasil em uma igreja localizada em Belém do Pará com uma posterior expansão para outras localidades do país. Em 18 de junho de 1911 foi oficialmente criada a instituição religiosa “Missão Evangélica Apostólica da Fé”, que apenas em 1918 recebeu o nome de Igreja Evangélica Assembleia de Deus. Na época, a igreja passou a sofrer diversas perseguições pelas demais comunidades, o que aumentou a curiosidade dos cidadãos e fez com que ganhasse cada vez mais notoriedade (OLIVEIRA, 2004; ANDRADE, 2010).

Foram enviados a Pernambuco o casal de missionários Joel Frans Adolf Carlson e Signe Carlson, que iniciaram o trabalho no estado a partir de obras sociais, alcançando notoriedade, e recebiam convites para que os cultos fossem realizados em diversos locais, dos quais, muitos tornaram-se congregações (ANDRADE, 2010). Atualmente, existem 63 convenções da Assembleia de Deus no Brasil e no exterior², dentre essas, duas estão localizadas no estado de Pernambuco. São elas: COMADALPE - Convenção Estadual de Ministros da Assembleia de Deus com sede em Abreu e Lima – PE, cujo presidente é o pastor Roberto José dos Santos e a CONADEPE - Convenção das Assembleias de Deus do Estado de Pernambuco, presidida pelo pastor Ailton José Alves³ (dados 2022).

A Igreja Evangélica Assembleia de Deus em Pernambuco (IEAD-PE) que possui referências da primeira onda, diferencia-se das demais por manter seus usos e costumes tão rígidos quanto possível, semelhantes aos termos postos originalmente; embora algumas mudanças sejam feitas ocasionalmente ao longo do tempo, suas regras não se distanciam das primeiras práticas religiosas da igreja no país e descritas no documento elaborado pela convenção das IEADs (ALMEIDA *et al.*, 2021; SOUZA, 2018).

Cabe mencionar que, as religiões de um modo geral podem influenciar os seus adeptos com relação a comportamentos, hábitos e escolhas, sejam alimentares, de roupas,

² É necessário destacar, que nem todas as convenções são adeptas dos mesmos usos e costumes. Este trabalho, enfocará a convenção Recife, conhecida como IEADPE.

³ Fonte: <https://cgadb.org.br/>. Site oficial da convenção geral das Assembleias de Deus no Brasil.

modos de falar, consumo de arte, entre outros componentes da vida do indivíduo (ALMEIDA *et al.*, 2021; SOLOMON, 2016). De acordo com Solomon (2016), essa relação pode se tornar tão intensa que culminaria em uma “sacralização” dos objetos envolvidos, não se referindo apenas aos símbolos utilizados diretamente em cultos religiosos, mas também os que são de alguma forma venerados.

Analogamente, itens de coleção, que colecionadores tem certa “paixão” e apego a determinados objetos, itens como roupas que podem representar aspectos de crenças religiosas no cotidiano, são exemplos do que pode também ser visto como sagrado, nos termos apresentados por Solomon. Nas palavras do autor “o consumo sagrado, envolve objetos e eventos diferenciados das atividades normais e tratados com algum grau de reverência ou respeito” (SOLOMON, 2016, p. 109).

Ainda segundo este autor (2016), é válido se atentar ao conceito de influência normativa, que consiste em um grupo de referência que ajuda a estabelecer e a reforçar padrões de conduta fundamentais e a influência corporativa, quando um grupo de referência afeta a decisão de compra de itens específicos. No caso da IEAD-PE, o processo de influência é institucionalizado e disseminado pelo estabelecimento de “usos e costumes”, que “são normas observadas cuidadosamente por uma coletividade [...], estão ligados à conduta moral do crente perante o mundo” (IEAD-PE, p. 56). É importante mencionar que o acesso a tais informações se dá durante o discipulado, curso de instrução doutrinária, oferecido gratuitamente aos novos membros da instituição.

Neste sentido, destaca-se neste presente trabalho, que o comportamento dos religiosos que consomem moda também pode ser mediado, entre outras coisas, pela sua fé (SILVA *et al.*, 2020). As assembleias de Deus são conhecidas por tradicionalmente instituir valores morais aos membros em relação às suas vestimentas (COSTA, 2017). Por muito tempo, foi possível identificar uma pessoa pentecostal somente pela sua imagem corporal, por meio de marcadores como a ausência de maquiagem, brincos, colares e adornos em geral, além das suas vestes. Atualmente, observa-se uma mudança gradativa em seus usos e costumes (ARAÚJO, 2018).

A roupa é considerada um elemento forte dentro da constituição identitária do indivíduo que professa a fé evangélica (SILVA, 2020). Na tentativa de representar um elemento de ruptura entre o secular e o sagrado⁴, os fiéis optam por roupas com decotes

⁴ De acordo com o dicionário Michaelis, secular significa próprio do século ou do mundo profano. A expressão é amplamente utilizada no meio evangélico para se referir às coisas não religiosas. Fonte: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/secular>

fechados, saias abaixo dos joelhos, blusas com mangas, entre outros (CANÊDO, 2015). Roupas que acompanhavam a moda eram evitadas e o estilo de roupa do convertido deveria deixar evidente que não é mais a “mesma pessoa”, a qual teria mudado por entrar na igreja/processo de “conversão” (CÂNDIDO, 2017).

Nesse contexto, é preciso observar que, essa tentativa de ruptura pode ser encontrada a partir de uma interpretação dos ensinamentos do apóstolo Paulo (personagem da Bíblia Sagrada do Cristianismo) aos membros da igreja primitiva de Éfeso, onde em sua primeira correspondência com Timóteo⁵ escreve um tópico intitulado: “Os deveres das mulheres cristãs”. Este tópico será responsável, em grande parte, pela importância atribuída pelos evangélicos ao termo “Modéstia” (GONÇALO, 2016).

Gonçalo (2016) também destaca ainda sobre o personagem Paulo, que orientava as mulheres cristãs a se vestirem de maneira diferente para que não fossem comparadas com as sacerdotisas, conhecidas como prostitutas cultuais que prestavam cultos à deusa Afrodite, ressaltando ainda, que o fato de Éfeso ser uma cidade portuária, contribuía com a prática da prostituição. Embora para Gonçalo (2016) seja pouco provável que nos dias atuais haja distinções muito específicas entre as mulheres praticantes da religião ou não, apenas a partir de elementos estéticos rigidamente marcados.

Já no trabalho desenvolvido por Albuquerque, Duque-Arazola e Rocha (2018), sobre Consumo e Moda Gospel, podemos observar declarações de participantes do estudo como “vestir da mulher crente” e “ser luz para o mundo”, que tornam explícita a distinção ainda existente na concepção das entrevistadas em contraposição às “mulheres do mundo” implicando de modo direto, de acordo com as autoras, na necessidade de diferenciação pelo vestuário; o que se contrapõe ao ponto levantado por Gonçalo (2016).

Todo o discurso das IEAD no que diz respeito às práticas e condutas dos fiéis, são referenciados com textos bíblicos (SOUZA, 2021), segundo a interpretação do seu credo. Trechos como o presente em I Timóteo 2:9⁶ (carta de Paulo - citado anteriormente), que diz: “Do mesmo modo, as mulheres se vistam em traje honesto, com pudor e modéstia, não com tranças, ou com ouro, ou pérolas, ou vestidos preciosos [...]”; e o texto descrito em Deuteronômios 22:05 (fascículo do “Antigo Testamento” da Bíblia Sagrada): “Não haverá

⁵ Cabe destacar que o apóstolo Paulo comunicava-se com as igrejas pelas quais passava através de cartas, as quais deram origem aos 14 livros bíblicos do novo testamento conhecidos como “epístolas de Paulo”. Em geral, as cartas traziam recomendações de conduta à igreja. Entre elas, encontra-se a carta de Paulo direcionada aos crentes na cidade de Éfeso, em especial, ao seu aprendiz chamado Timóteo.

⁶ Descrição conforme bíblia traduzida por João Ferreira de Almeida, versão revista e corrigida.

traje de homem na mulher e nem vestirá o homem traje de mulher; porque, qualquer que faz isto, abominação é ao Senhor teu Deus”, incentivam o uso de roupas “modestas”.

Estes trechos são a base do argumento da proibição do uso de calça por mulheres, por exemplo, de modo a determinar o que seria uma vestimenta adequada, mesmo que sejam calças de moda feminina, que não fazem parte do guarda-roupa masculino tradicional, e no caso dos homens, não é permitido o uso de roupas não-bifurcadas como *kilts*⁷ ou túnicas, mesmo essas peças sendo consideradas peças masculinas em outras culturas.

As IEAD, em toda sua história, prezavam e prezam pela manutenção dos usos e costumes defendidos pela instituição, fato que contribuiu para o que hoje é considerado como “identidade assembleiana” (SOUZA, 2021). Os usos e costumes defendidos pela IEAD em todo o Brasil, foram elaborados pela Convenção Geral das Assembleias de Deus (CGADB), órgão máximo da instituição no país, em 1975 (OLIVEIRA, 2013). Os usos e costumes são direcionados tanto para homens quanto para mulheres. Entretanto, este trabalho busca aprofundar a prática dessas determinações por mulheres jovens, participantes da instituição e que são adeptas da moda “modesta”, explicada a seguir.

2.2 O termo Moda Modesta e suas características

Neste trabalho, a partir das leituras feitas, entende-se que a moda modesta pode ser vista como uma tendência recente que tem o objetivo de integrar atributos de modéstia dentro dos estilos do cotidiano. Essa tendência, é impulsionada principalmente por razões religiosas e é frequentemente associada à cultura muçulmana, visto que, o termo surge a partir do estudo de peças religiosas utilizadas no Oriente Médio, em especial, o *hijab*⁸. O estilo também é apontado como um elemento de busca iconográfica positiva para identidades muçulmanas no Ocidente, devido ao preconceito enfrentado por muçulmanos, sendo frequentemente associados à cenários violentos (LEWIS, 2014; SLATER; DEMANGEOT, 2021; ROSENBERG, 2019).

O conceito de moda modesta abrange estilos diferentes e não possui uma definição única, no entanto, refere-se em geral, a roupas que escondem, em vez de delinear os contornos do corpo humano (ROSENBERG, 2019). Há divergências sobre que é modéstia entre as comunidades religiosas: Compartilham-se preocupações a respeito de quais partes do

⁷ Saia com muitas dobras, feita de tecido xadrez e tradicionalmente usada por homens escoceses. Fonte: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/kilt>.

⁸ Véu que recobre o cabelo, pescoço e orelhas, utilizado por mulheres na cultura muçulmana. Fonte: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2020/08/entenda-diferencas-entre-os-principais-tipos-de-veu-islamico.html>.

corpos podem ser revelados e em quais espaços de uso; não há um consenso entre as religiões sobre a modéstia e como deve ser expressa (LEWIS; TARLO, 2011).

A “modéstia”, por sua vez, é uma qualidade incentivada pelo islamismo, pelo judaísmo e pelo cristianismo e a moda modesta pode ser vista como uma alternativa à “hipersexualização das mulheres” (SLATER; DEMANGEOT, 2021). A partir deste ponto, é importante conhecer as definições sociais globais de modéstia presentes nos dicionários em português, espanhol e inglês para posterior contextualização. De acordo com o dicionário Michaelis de português, modéstia apresenta quatro definições: 1. “ausência de vaidade na apreciação de si mesmo”; 2. “ausência de luxo ou de ostentação”; 3. “parcimônia ou moderação diante das circunstâncias”; 4. “qualidade do que está de acordo com os padrões éticos e morais da sociedade, compostura, decência e pudor”.

As definições em espanhol foram retiradas dos dicionários Michaelis e Collins e concordam com o português nas seguintes expressões: “recato e moderação”; “ausência de luxo”. De acordo com Cambridge Dictionary, a modéstia é “representada pelo comportamento e pelas roupas corretas ou socialmente aceitáveis, representando valores culturais tradicionais”.

A segunda definição é ainda mais específica: “a qualidade, nas mulheres, de se vestir ou se comportar de maneira a evitar atrair o interesse sexual”. O dicionário Collins atribui a seguinte definição à palavra: “Se alguém, especialmente uma mulher, mostra modéstia, eles se vestem e se comportam de uma maneira que visa evitar causar sentimentos sexuais em outras pessoas”. Enquanto as definições em português e espanhol se concentram no uso cotidiano da palavra, as definições inglesas acrescentam uma conotação diferente à palavra, apresentando ressalvas diretamente ao gênero feminino.

Embora sejam apenas definições presentes nos dicionários para a língua inglesa, a descrição apresentada por Cambridge e Collins, despertam algumas questões como a razão pela qual a definição de modéstia deve estar atrelada “especialmente” às mulheres quando associadas à “evitar interesse sexual” ou “causar sentimentos sexuais” em “outras pessoas”. Tais associações podem contribuir com a ideia de controle social do comportamento feminino, além de ignorar avanços importantes das discussões de gênero. É importante observar o contexto dos países que comercializam a moda modesta e a forma como suas mulheres ocupam espaços no cotidiano, em especial no oriente médio, berço da moda modesta, onde as mulheres são fortemente incentivadas a cobrirem seus corpos.

O número de mulheres que estão adotando o estilo de moda modesta, de acordo com seu entendimento de fé, está em crescimento ao redor do mundo, principalmente entre os

membros desses três segmentos religiosos, a exemplo do aumento do consumo de moda modesta pelos cristãos pentecostais do Brasil (LEWIS; TARLO, 2011; LEWIS, 2014). Em algumas denominações pentecostais brasileiras, as roupas servem como diferenciação/marcadores de gênero, de modo que, homens e mulheres não devem usar o mesmo tipo de roupa, segundo suas respectivas interpretações religiosas, como o “não uso de calças” por parte das mulheres, conforme já mencionado anteriormente.

Há evidências também nos EUA de mulheres que se comprometem a não usar calças dentro de um entendimento de feminilidade e do comportamento que deve ser mais adequado religiosamente. No Brasil, essas mulheres comumente substituem a calça dos seus guarda-roupas por saias de comprimento na altura dos joelhos. Isso ocorre porque, dentro de uma compreensão geral do significado de modéstia, requisitos são frequentemente determinados para atender a vestimenta sagrada de acesso ao templo religioso (OLIVEIRA, 2014; LEWIS; TARLO, 2011), inclusive para o uso cotidiano.

Embora sua existência enquanto segmento de moda tenha sido visto como potencial nicho mercadológico por décadas, a moda modesta agora faz parte da indústria global que inclui inúmeros consumidores muçulmanos, cristãos e judeus e que já estão presentes em vitrines consideradas “seculares” ou “não religiosas” (ROSENBERG, 2019; TAPIA, 2018). A demanda global por moda modesta ainda é liderada por mulheres muçulmanas, mas penetrou todos os níveis da indústria da moda como lojas de luxo, como Dolce & Gabbana e marcas de *fast fashion* como, Uniqlo e H&M (SLATER; DEMANGEOT, 2021).

Além disso, mulheres que procuram roupas modestas não estão particularmente preocupadas em adquirir produtos diretamente de lojas conservadoras (lojas específicas / lojas de “crente”), mas desejam produtos de lojas, mais populares entre os jovens, com variadas combinações para vestir, texturas e outras características que são apresentadas como “na moda” tanto para vitrines seculares como para vitrines religiosas. Adolescentes e jovens não esperam mais alcançar a modéstia por meio do uso de roupas étnicas ou feitas em casa, mas buscam comprar roupas diretamente relacionadas às tendências globais de moda, indicando seu compromisso com a moda e com a fé (LEWIS; TARLO, 2011; TAPIA, 2018).

Vale ressaltar que em todas as três comunidades religiosas citadas anteriormente, a moda modesta tem recebido atenção especial de mulheres jovens. Elas, mais que suas mães ou avós, estão buscando um equilíbrio entre a moda modesta e seu estilo cotidiano de se vestir (LEWIS; TARLO, 2011). Solomon (2016) afirma que, de acordo com pesquisas, os consumidores jovens muçulmanos acreditam que “ao se manterem fiéis aos valores essenciais da sua religião, eles têm maior probabilidade de ter sucesso no mundo moderno” (p. 427).

Em paralelo, a geração mais jovem de designers de moda começou a criar roupas recatadas, mas com características da “alta moda”, tendência que agora é conhecida por moda modesta (ROSENBERG, 2019). Nesse contexto, a internet é uma importante ferramenta que permite a discussão em blogs e fóruns que atraem mulheres de diferentes religiões e origens seculares sobre suas interpretações variadas de modéstia. Estas discussões provaram-se fundamentais na criação e popularização deste segmento de moda, e indispensáveis nas buscas de soluções às exigências de modéstia (LEWIS; TARLO, 2011).

A partir do desenvolvimento deste trabalho, nota-se que no Brasil, as principais lojas de moda modesta ainda são online e aparentemente possuem um público assíduo de consumidores característicos, sendo a maior parte evangélicos de denominações como a Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, A Igreja Adventista do Sétimo Dia e a IEAD. As discussões a respeito dos modelos a serem usados acontecem em geral, por meio de blogs, como o “Estilosas e Santas”⁹, e perfis na plataforma Instagram. Além disso, o país já possui influenciadoras digitais que divulgam abertamente o referido segmento de moda¹⁰.

Destaca-se ainda, que o termo moda modesta no Brasil, embora seja amplamente encontrado virtualmente, não possui uma definição específica ou mesmo “técnica”, mas que é utilizado para definir peças de vestuário que possuam características do que seria interpretado como modéstia pelas denominações evangélicas brasileiras, em especial as citadas anteriormente. Entendimento este que será a premissa deste trabalho.

O destaque do nicho de moda modesta possui correlação direta com a maneira como a religião se tornou mais visível na esfera pública e política (ROSENBERG, 2019; TAPIA, 2018). Em sua origem, a moda modesta tornou-se uma estratégia pela qual mulheres muçulmanas encontram reconhecimento e validação. Visto desta perspectiva, a moda modesta pode desempenhar um papel significativo em uma “democracia pluralista”, por contemplar mais uma expressão identitária no vestir. Isso sustenta e legitima certas práticas de consumo em torno do vestuário dentro dessas comunidades (ROSENBERG, 2019; SLATER; DEMANGEOT, 2021).

⁹ Endereço na plataforma Instagram: <<https://www.instagram.com/estilosasesantas/>>. É importante mencionar que a página na plataforma Blogspot não está mais disponível no endereço: <estilosasantas.blogspot.com>, desde o presente ano de 2022, embora tenha sido possível fazer as capturas de tela da página para este TCC. Ademais, o página do Instagram não é atualizada desde 2018, pois as responsáveis pela página passaram a produzir conteúdo em suas páginas pessoais na mesma plataforma, sendo identificadas por seus nomes artísticos: Cláudia Canção - (@Claudiacancao) e Zípora Cláudia (@Ziporaclaudia).

¹⁰ Perfis na plataforma Instagram: Carol Moleiro (@carolmoleiro), Fernanda Caterina (@fernandacaterina) e Larissa Oliveira (@Laarisseoliveira).

De acordo com Rosenberg (2019), questões feministas sobre pertencimento, modelos de papéis mulçumanos e a história das mulheres muçulmanas são abordadas em torno da moda modesta. Estilistas a apontam como uma estratégia feminista dentro de uma indústria onde poucos podem percebê-la, por repudiar a essencialização orientalista, racista e islamofobia de Mulheres muçulmanas, pode ser ainda considerada um ato político.

Outras questões políticas e sociais estão começando a ser destacadas dentro da moda contemporânea conforme ela cresce. Lewis (2019) destaca possíveis problemas com a acomodação do corpo gordo e roupas plus size dentro da moda modesta, e afirma que considerações entre o corpo e a moda podem ser entendidas a partir da compreensão mais ampla do corpo dentro das culturas religiosas, o que não está restrito a como o corpo é vestido para o ritual e para propósitos cotidianos. Ou seja, como as religiões enxergam o corpo, como ele é gerido, como deve ser exposto.

Ainda segundo a autora, na esfera de moda modesta, as questões de corpo podem ser ainda mais graves, visto que para a religião, alguns corpos não podem atender plenamente às normas em termos especificamente religiosos ou espirituais, a exemplo das críticas acerca do formato do véus sobre os cabelos de mulheres negras, que aparentemente apresentam formatos “maiores” dos que os considerados atrativos para a religião, sendo considerados “ruins” ou inadequados (LEWIS, 2019).

Diante dessas informações, é preciso entender as demandas de diversos corpos, no caso deste trabalho, a demanda de mulheres gordas por vestimentas religiosas que se adequem às suas formas. Ademais, a moda modesta em si mesma constitui uma proeminente fonte de estudos, pois representa, dentre outras coisas, um fortalecimento de identidade coletiva (SLATER; DEMANGEOT, 2021), cada vez mais crescente¹¹.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo tem abordagem qualitativa, é de caráter exploratório e descritivo. Para Minayo (2000), a pesquisa qualitativa é composta por um conjunto de substantivos que se complementam: experiência, vivência, senso comum e ação. Dessa forma, sua realidade não pode ser apenas quantificada, mas precisa ser interpretada a partir de múltiplos significados. Seu foco está na exposição das sinuosidades das relações sociais, considerando que a ação humana envolve significados que lhe são atribuídos pelos atores sociais (SUASSUNA, 2008; MINAYO, 2001).

¹¹ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/evangelicos-devem-ultrapassar-catolicos-no-brasil-a-partir-de-2032/>>.

Buscando atender aos objetivos propostos, três métodos de captação de informações e dados foram empregados: 1. Revisão sistemática (MOHER, 2015), em cinco diferentes bases de dados sobre o estado da arte de publicações acerca da moda modesta na atualidade, considerando o marcador “no Brasil”; 2. Levantamento de dados secundários: (a) sobre plataformas e lojas virtuais, (b) bem como em lojas físicas; (c) além de busca sobre blogs de influenciadoras digitais “modestas”, para se ter um panorama de mercado da moda modesta disponível para mulheres gordas; 3. Pesquisa ativa por meio de observação participante (MINAYO, 2001) em um evento de moda evangélica, intitulado “Gospel Fashion Day”, realizado na cidade de Camaragibe-PE.

É importante situar, por fim, dois pontos: A. que este estudo foi desenvolvido em meio à pandemia da covid-19, período em que houve um aumento do uso dos meios virtuais, diante da necessidade de distanciamento social, ou mesmo, por períodos em que a circulação de pessoas ficou limitada e intensamente regulada pelas autoridades sanitárias - daí também o presente estudo estar voltado predominantemente à busca de dados e informações em internet; B. Apesar de sabermos que a busca por dados primários, como os coletados em entrevistas, traz maior riqueza para elucidação das questões estudadas, estas não foram realizadas por questões éticas, considerando as atuais determinações da instituição de ensino a qual este trabalho foi apresentado.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados que serão descritos adiante, foram agrupados em sessões que discutirão em um primeiro tópico, os dados retornados da busca bibliográfica acerca do estado da arte da moda modesta no Brasil, utilizando-se de um processo de revisão sistemática. Em uma segunda sessão, será possível encontrar considerações sobre a moda modesta, redes sociais digitais e sua popularização no meio evangélico, e por fim, achados em evento de moda presencial destinado a este público, como já mencionado anteriormente.

4.1 BUSCA BIBLIOGRÁFICA SOBRE MODA MODESTA NO BRASIL

4.1.1 Estratégia de pesquisa:

Com o objetivo de conhecer o estado da arte das discussões acerca do tema no país, um levantamento bibliográfico foi realizado utilizando os descritores “moda modesta no Brasil” e “Brazilian modest fashion”, em 5 diferentes bases de dados: Portal de periódicos da capes, Google Acadêmico, Scielo, Science Direct (Elsevier) e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).

4.1.2 Critérios de elegibilidade:

As primeiras buscas consideraram um espaço de tempo de 10 anos, buscando compreender todos os artigos, teses, dissertações e monografias publicadas em português, inglês ou espanhol entre os anos de 2012 a 2022, que abordassem o uso da moda modesta e seu desenvolvimento no Brasil. Foram eliminados artigos de revisão, capítulos de livros e resumos científicos. Posteriormente, o filtro de tempo foi removido devido à quantidade escassa de estudos encontrados.

4.1.3 Seleção de artigos e análise dos dados

O portal Scielo não retornou nenhum resultado em ambos os idiomas, exibindo a seguinte mensagem: “Não foram encontrados documentos para sua pesquisa”. O Science Direct (Elsevier), não relaciona os descritores de maneira específica, ou seja, os termos não eram correlacionados entre si de modo que foram retornados resultados de outras áreas de pesquisa, como por exemplo, estrutura de Software.

A Biblioteca Digital Brasileira de Teses, retorna diversos artigos relacionados à moda, no entanto, nenhum trata sobre moda modesta especificamente. Já os portais Periódicos Capes e Google Acadêmico apresentam artigos a respeito da moda modesta, mas não se tratam de pesquisas realizadas no Brasil, e sim nos Estados Unidos, a partir de observação em países mulçumanos, por exemplo. Assim, os artigos e produtos acadêmicos encontrados são incipientes para o levantamento proposto.

4.2 Moda Modesta, Mercado de Roupas Plus Size e Influenciadoras Digitais

A moda modesta, apesar de ser um nicho recente no mercado brasileiro, tem despertado interesse de mulheres gordas cristãs, especialmente às que se reconhecem como “evangélicas”, como será abordado adiante. Este segmento, assim como outros da moda atualmente, está presente em redes sociais digitais e meios virtuais para sua disseminação, daí a importância de se recorrer a plataformas como o Instagram, blogs e lojas on-line.

4.2.1 Na web e nas ruas: Moda Modesta e Roupas Plus Size

Na sequência, procedeu-se a um levantamento em site de busca comum, e foi possível perceber que grande parte do mercado da moda modesta no país¹² é comercializado por meio de e-commerce, em blogs, sites e plataformas como o Instagram. Nesta última, vale

¹² É importante mencionar que as informações encontradas se referem a empreendimentos que se auto disseminam com a marcação “moda modesta”; não entrando para o levantamento as marcações “moda evangélica” e “moda gospel”.

mencionar que as hashtags¹³: #modamodesta, #modamodestacristã e #modamodestaclassica apresentam-se com cerca de 1,2 milhão, 53,2 mil e 16,2 mil, respectivamente, de menções com publicações anexas, sendo grande parte delas, divididas entre publicações comerciais de blogueiras e consumidoras, bem como lojas da moda modesta.

Entre as lojas de maior destaque de acordo com os números de seguidores e a classificação de buscas no instagram, está a Mustache (@mustachestore7), uma das primeiras lojas de moda modesta online (Imagem 1), que possui seu público pertencente em grande parte das denominações assembleia de Deus, Igreja do Santos dos Últimos Dias e Congregação Cristã do Brasil. Esse dado pode ser observado na aba “marcados” que consistem em feedbacks da loja em sua página no instagram.

Em geral, os valores dos vestidos da referida loja, por exemplo, variam entre 159,90 (item em promoção, onde comumente apenas produtos de tamanhos menores estão disponíveis) à 329,90. A grade de tamanhos atende desde o PP ao GG, porém nem todos os modelos tinham os tamanhos PP e GG disponíveis, e, as medidas das numerações correspondentes aos tamanhos são alteradas entre os modelos, não obedecendo uma medida padrão, por exemplo: o tamanho G de um modelo corresponde a numeração 42, mas em outro modelo, o G corresponde a numeração 44 (Quadro 1).

Quadro 1. Diferença entre medidas de dois modelos comercializados pela loja Mustache.

Modelos	Tamanhos				
Modelo 1: “SUPERMIDI MEU SORRISO”	PP	P	M	G	GG
Busto	86cm a 88cm	90cm a 92cm	96cm a 98cm	100cm a 102cm	108cm a 110cm
Cintura	66cm a 68cm	70cm a 72cm	76cm a 78cm	82cm a 84cm	90 cm a 92cm*
Cumprimento	121 cm	123 cm	125 cm	127cm	129 cm
Modelo 2: “MIDI SERENIDADE DO OLHAR”	PP	P	M	G	GG
Busto	86cm	90cm	96 cm	100cm	108cm
Cintura	66cm	70cm	76cm	82cm	88 cm*

¹³ Hashtags são palavras de determinadas relevâncias que quando associadas ao símbolo matemático “#” transformam-se em uma rede de resultados relacionados. Fonte: <https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-hashtag/>

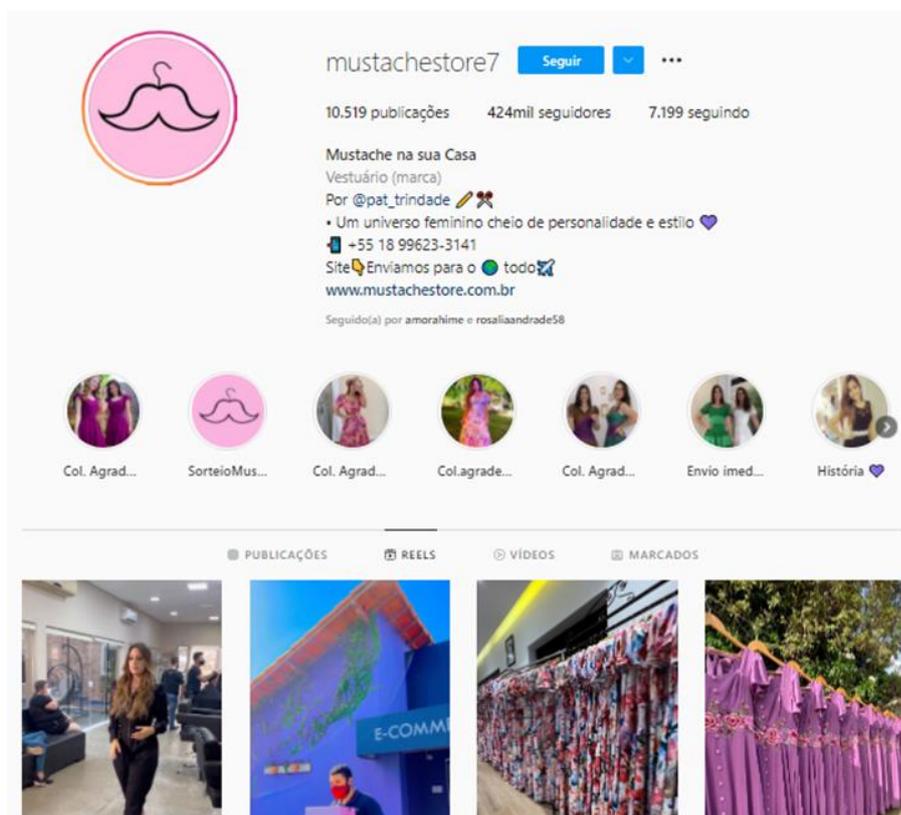
Cumprimento	103cm	105cm	107cm	109cm	111cm
-------------	-------	-------	-------	-------	-------

Fonte: Elaborado pela autora a partir das informações contidas no site <https://www.mustachestore.com.br/>.

* Observando ambos modelos, é possível perceber principalmente que o tamanho GG apresenta diferença entre as medidas para cada modelo.

Entre os modelos observados, os modelos midi da coleção vestido dos sonhos foram os de maior tamanho (GG) com medida de cintura correspondente à de 96 cm. A loja conta com uma estratégia de venda que inclui, entre outras coisas, o lançamento periódico de modelos (toda quarta-feira) e dispõe de um público fiel, que geralmente faz esgotar os tamanhos maiores rapidamente, demonstrando que possivelmente seu público corresponde a uma grade maior. Para que esse argumento fosse provado, a pesquisadora esteve acompanhando o momento do lançamento da nova coleção denominada “Korea”, na quarta-feira (13/04/22) ao meio dia. Os modelos foram liberados no site pontualmente ao meio-dia (12h a.m.) e esgotaram em poucos minutos, alguns chegando a esgotar todos os tamanhos em apenas 10 minutos. Vale destacar que nesta coleção o tamanho G corresponde a 86 cm e o GG a 94 cm de cintura respectivamente.

Imagem 1. Captura de tela do perfil da loja Mustache no Instagram.



Fonte: <https://www.instagram.com/mustachestore7/?hl=pt-br>

Os valores apresentados por lojas como a Mustache, pode, por muitas vezes, representar preços que não contemplam um público geral, o qual pode ser levado a considerar opções mais acessíveis, visto que, itens com valor acima de 300 reais não são vistos como populares. Nesse contexto, lojas de departamento ainda configuram uma das opções mais viáveis para adquirir roupas mais baratas e com valor de “moda”. Entretanto, a consumidora de roupas plus size pode acabar pagando mais caro pelo mesmo produto que o comercializado em tamanho menor.

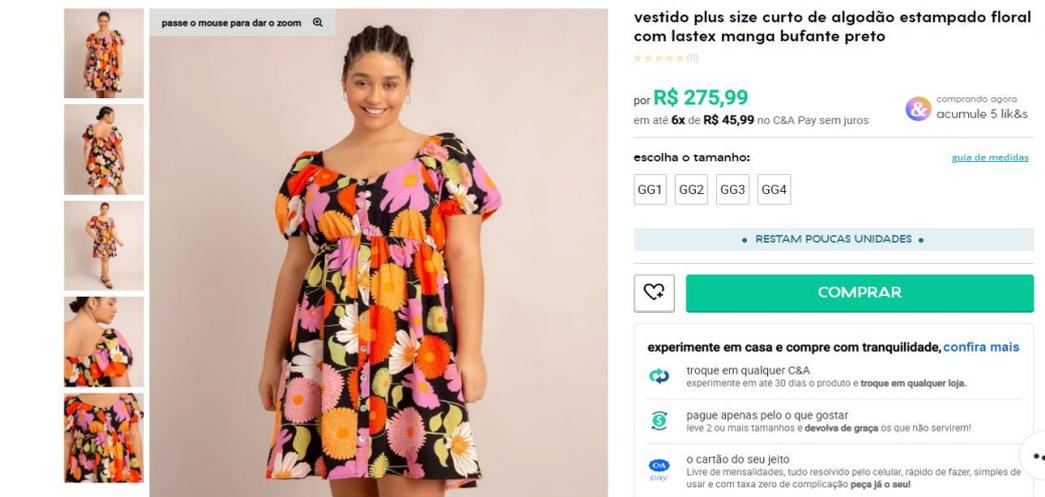
Para demonstrar essa questão, prints de roupas que se encaixam na descrição da moda modesta foram colhidos no site da loja de departamento C&A, onde mesmo as coleções que recebem nomes de mulheres diversas, inclusive mulheres gordas famosas - como Preta Gil-, fazem com que o corpo gordo seja “penalizado” com preços destoantes entre os tamanhos dos modelos. A diferença de valores chegou a 100 reais em alguns modelos. A marca não explicou o motivo da variação de preço, além de que também não comunicou às clientes a sua existência. Esse padrão se repetiu desde produtos como blusas básicas, como também vestidos longos, entre outros. Nas imagens a seguir, podemos perceber a diferença de 48 reais do modelo 1 “Vestido chemise longo estampado Lorena Blue” (Imagens 2 e 3), e de 96 reais do modelo 2 “Vestido curto estampado floral” (Imagens 4 e 5).

Imagem 2. Modelo: Vestido chemise longo estampado Lorena Blue. Tamanhos PP-GG.



Fonte: <https://www.cea.com.br/vestido-chemise-longo-estampado-lorena-blue-manga-bufante-mindset-lorena-moreira-azul-9998801-azul/p>.

Imagem 5. Modelo: Vestido curto estampado floral. Tamanhos GG+.



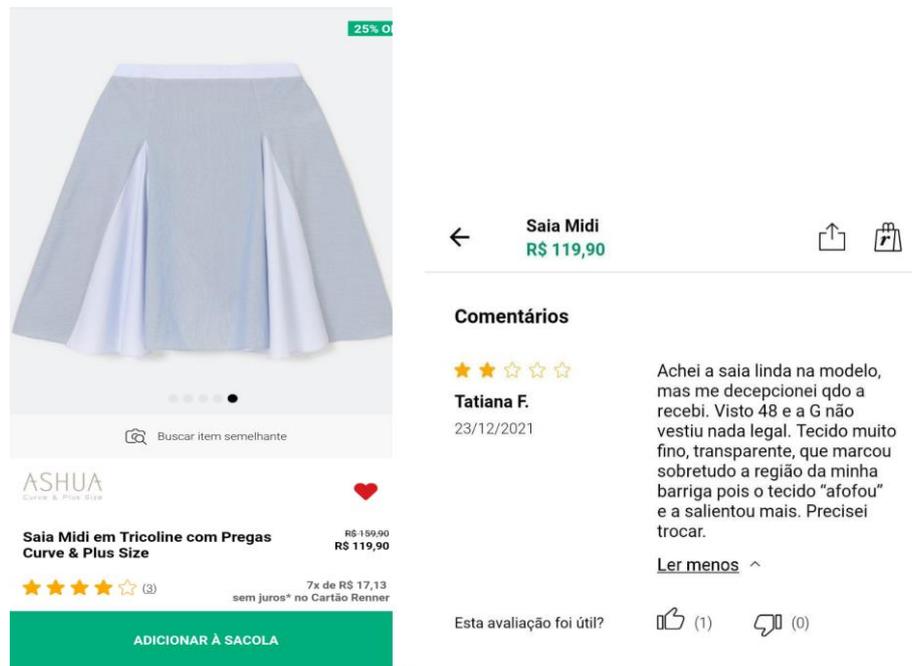
Fonte: <https://www.cea.com.br/vestido-plus-size-curto-de-algodao-estampado-floral-com-lastex-manga-bufante-preto-1002172-preto/p>.

O mesmo padrão também pode ser percebido em lojas físicas. Foi realizada uma visita presencial no dia 23 de outubro de 2021, nas lojas da C&A, da Riachuelo e da Renner. Foi possível perceber que embora haja roupas que possam ser utilizadas pelos adeptos da moda modesta, os tamanhos grandes são escassos e, em geral, mais caros, com exceção da Renner, que não havia distinção de preços entre os tamanhos disponíveis nas araras. Na C&A, as roupas de tamanho maior encontradas, estavam organizadas até o GG ou até o 48/50 e eram feitas de tecidos de malha. Na Riachuelo, havia uma seção destinada às roupas plus size, e a linha Anne Kanner contemplava roupas maiores. Entretanto, vale ressaltar que a linha mencionada é conhecida por possuir looks mais destinados a composições profissionais. Atualmente, algumas lojas de departamento estão começando a criar sessões específicas para o corpo gordo, no entanto as peças tendem a apresentar um estilo mais “sério”, que muitas vezes não atendem a um estilo mais “alegre” ou “diversificado” em cores e formas.

Ainda nesse contexto, destaca-se a loja Renner, que possui a linha ASHUA para mulheres gordas. A linha possui um estilo jovial, utiliza-se de muitas cores, tecidos e recortes diversos. Muito comumente é possível adquirir roupas de tamanho satisfatoriamente maior que as demais marcas, no entanto, as peças ainda podem apresentar valores acima dos encontrados na C&A e na Riachuelo. Além disso, vale registrar que informações visíveis no aplicativo da loja, revelam a insatisfação de clientes em relação ao tamanho da peça, que embora esteja marcada como 48 (medidas da modelo, na qual a cliente se baseia), não

corresponde à expectativa, visto que há reclamações de clientes nesse sentido, conforme é possível observar no exemplo da imagem 6.

Imagem 6. Descrição do item comercializado pelas lojas Renner na linha ASHUA.



Fonte: Aplicativo para celular das lojas Renner.

Até então, é possível compreender que vestir-se sendo mulher gorda, desprende maior valor monetário e emocional, visto que a ausência de opções, remete diretamente a invisibilidade do corpo gordo e afeta negativamente a qualidade de vida da consumidora.

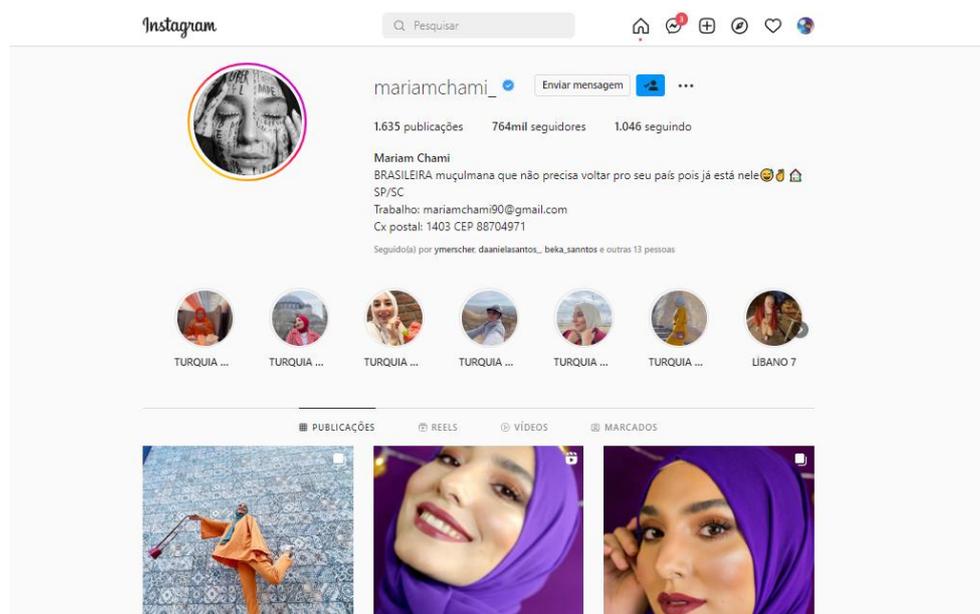
4.2.2 Blogs e páginas de influenciadoras digitais “modestas”

Desde a crescente das redes sociais digitais, as influenciadoras digitais, inicialmente identificadas como blogueiras, tornaram-se referências para clientes de diversas áreas. O termo digital influencer, surgiu fortemente no Brasil em 2015, para descrever a prática de produção de conteúdo em diversas plataformas digitais como Youtube, Instagram, TikTok e outras (SCHÜNKE *et al.*, 2021; ISHIDA, 2018).

Schünke *et al.*, (2021) observam o fenômeno do crescimento das influencers e da cocriação de valor de marcas e produtos a partir da atuação delas, e afirma que os valores que os influencers transmitem através do seu conteúdo vão colaborar para a aproximação do conteúdo com o consumidor, além do fortalecimento da identidade da marca, visto que nesse processo, a voz do consumidor passou de passiva (apenas recebendo conteúdos) para ativa, reivindicando características acerca do material que consome.

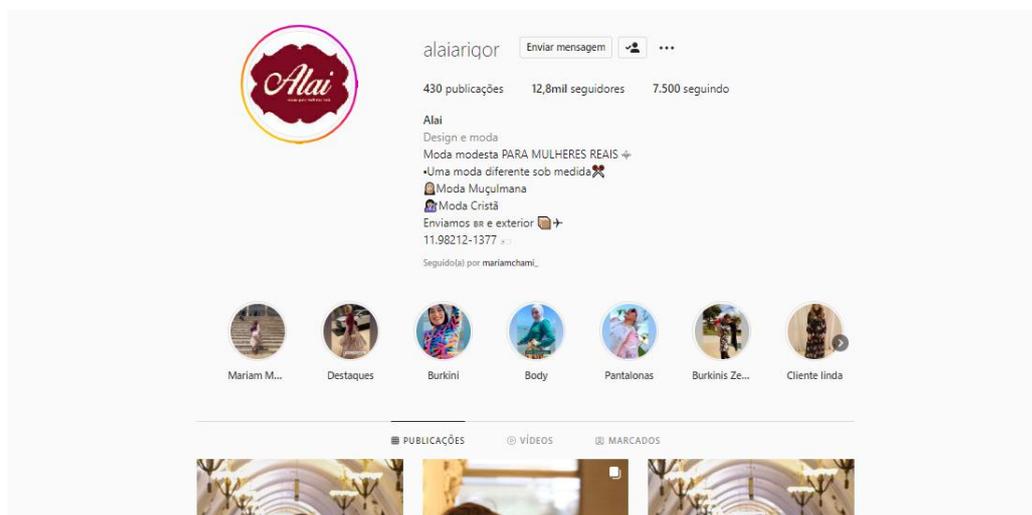
A moda modesta, por sua vez, vem ganhando mais notoriedade no Brasil como nicho de mercado, contando inclusive, com blogueiras muçulmanas - como Maria Chami (Imagem 7), que incentivam o uso da moda no país; e blogueiras brasileiras, como a assembleiana Larisse Oliveira (Imagem 9), que aderem à moda dita modesta, mesmo com as adaptações culturais que o segmento de moda sofreu no Brasil, diferenciando-se pela ausência do uso do *hijab*, por exemplo.

Imagem 7. Blogueira muçumana Maria Chami, incentivadora do uso da moda modesta.



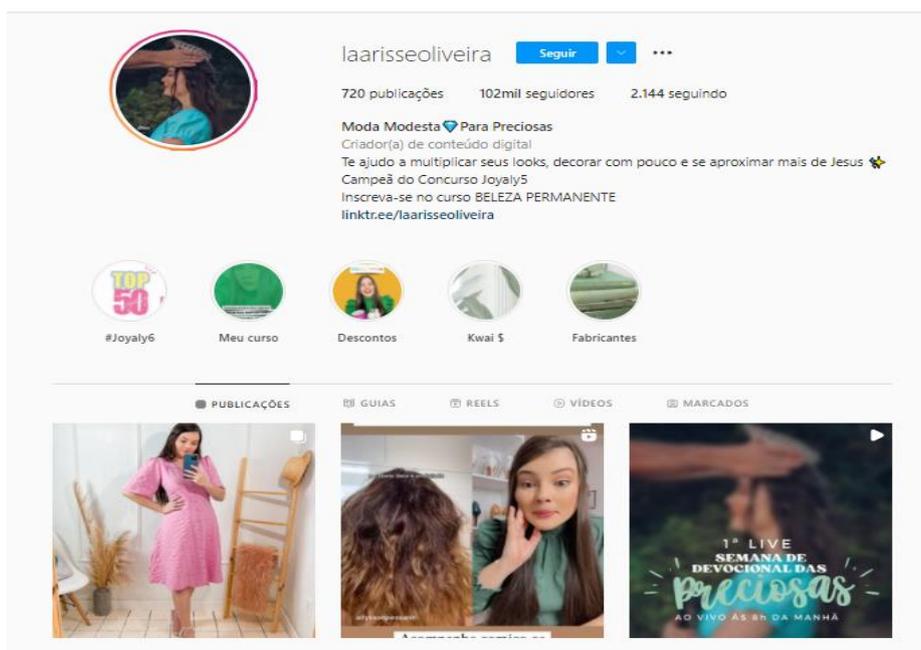
Fonte: https://www.instagram.com/mariamchami_/?hl=pt-br.

Imagem 8. Exemplo de loja de moda modesta divulgada pela blogueira Maria Chami. Loja de confecção sob medida que permite às mulheres mais possibilidades de tamanhos.



Fonte: <https://www.instagram.com/alaiariqor/?hl=pt-br>

Imagem 9. Página no Instagram da blogueira de moda modesta Larisse Oliveira.



Fonte: <https://www.instagram.com/laarisseoliveira/?hl=pt-br>

Após mencionados estes dois principais exemplos de moda modesta e levantamento de outros perfis, foi possível perceber que a representatividade gorda no cenário ainda é escassa. Blogueiras de Moda Modesta Plus Size são difíceis de encontrar na rede, seja por serem raras ou mesmo porque o algoritmo não “entrega” os conteúdos que elas produzem. De acordo com Limeira e Farias (2021), há evidências de que o algoritmo do Instagram incentiva publicações com exposição do corpo (p. 629), ideia contrária às regras que caracterizam a moda modesta. Ainda de acordo com as autoras, essas postagens têm probabilidade 54% maior de aparecer no feed em relação às demais, ou seja, nos termos atuais, os posts com mais exposição da pele possuem “maior engajamento”.

De acordo com Nunes (2021), o corpo gordo disputa dentro desse espaço um reconhecimento além do viés negativo associado a ele. O autor reafirma a lógica de priorização que o Instagram apresenta, que confere “valorização e prestígio direcionados a uma imagem corporal específica resultando na negação de outras formas de representação do corpo feminino” (p. 238). Exaltando o corpo magro em detrimento do corpo gordo.

Outro dado que chamou a atenção é o fato de que dentre os perfis de blogueiras encontrados, não aparecem na busca sobre moda modesta da referida plataforma, mulheres gordas e pretas. Quando aparecem mulheres gordas, tendem a aparecer mulheres gordas “menores” e brancas. É importante registrar que o corpo negro é historicamente marcado pelo racismo e constantemente é deixado de fora das representações sociais de beleza pela

sociedade (MARTINS; CARRERA, 2020). Apenas no ano de 2021 é que o SPFW, que já é tão específico quanto a corpos, atualizou a passarela com paridade étnico-racial¹⁴.

Em sua pesquisa, Martins e Carrera (2020) analisam e comparam o perfil de duas diferentes blogueiras plus size, Raissa Galvão (@RayNeon) e Erica Almeida (@negritalamaida). Enquanto Raissa Galvão pode levantar apenas a bandeira dos movimentos “plus size e corpo livre”, Erica Almeida, por sua vez, lida com diversas questões raciais que vão além do corpo gordo, evidenciando o “privilégio branco” de um lado e do outro a luta constante do corpo preto por não ser marginalizado, mas evidenciado e exaltado (MARTINS; CARRERA, 2020). É necessário ressaltar que ambas as blogueiras produzem conteúdos importantes para as discussões sobre o corpo e a moda plus size, entretanto, mesmo “fora do padrão”, o corpo branco ainda recebe mais “legitimação” que o preto.

Dentro da moda modesta, o racismo também é evidenciado em situações onde mulheres negras muçulmanas são questionadas sobre “o que há abaixo do seu *hijab*?” e intimidadas com lembretes acerca do *Hadith*¹⁵ que descreve mulheres cujas “cabeças balançam como corcovas de camelo” que residem no inferno (LEWIS, 2019). A autora aponta que em uma tentativa de evidenciar o corpo negro dentro da cultura muçulmana, em 2016 foi criada a hashtag #blackouteid, onde diversos homens, mulheres e crianças negras apareceram com trajés típicos do Ramadã¹⁶. A hashtag ficou em alta em diversos países mostrando (em palavras da autora) “muçulmanos negros que inundaram o Twittersphere com fotos em sua forma mais despojada [...] mostrando ao mundo que o preto é realmente lindo” (LEWIS, 2019, p. 9). Entretanto, a autora ainda afirma por meio das entrevistas que realizou que as pessoas aparentes na #blackouteid, “são as pessoas que são convencionalmente atraentes e tendem a ter a pele mais clara” (p. 10).

Assim como o twitter, mencionado no trabalho de Lewis (2019), utilizado para evidenciar pautas negligenciadas ou pouco visibilizadas, outras plataformas, como os blogs, também podem ser apontados como precursores da difusão de temas em várias partes do mundo, como o caso da moda modesta no Brasil.

¹⁴ Em formato festival, São Paulo Fashion Week avança em debates raciais - Pequenas Empresas Grandes Negócios | Moda (globo.com); <https://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2021/11/dia-de-grandes-estilistas-negros-na-passarela-da-spfw.html>

¹⁵ Conjunto de leis e atos do profeta Muhammad (Maomé): <https://iqaraislam.com/qual-a-diferenca-entre-hadith-e-sunnah-sheikh-nuh-keller>

¹⁶ Nono mês do calendário islâmico e o mês mais sagrado da cultura islâmica (<https://www.nationalgeographicbrasil.com/historia/2021/04/por-que-o-ramada-e-o-mes-mais-sagrado-na-cultura-islamica>). O evento ganhou recentemente destaque na plataforma Instagram com filtros, gifs e hashtags comemorativas.

Em Pernambuco, especificamente, as blogueiras e cantoras evangélicas Claudia Canção e Zípora Claudia foram as pioneiras na abordagem do tema e na influência virtual de mulheres de várias idades pertencentes, em especial, à sua denominação - IEAD, denominação religiosa focada no presente estudo, conforme já mencionado. Em seu blog “Estilosas e Santas”, as irmãs abordaram dicas de moda e espiritualidade com uma linguagem “evangélica” e bem-humorada, tratando inclusive de temas Moda Plus Size, como dicas de lojas onde encontrar roupas plus size e modelos para escolher no momento da compra.

Além do blog, as irmãs dispunham de um canal no youtube e contas de redes sociais digitais como Facebook, Twitter e Instagram com atualizações diárias sobre moda “evangélica” em geral, não tratando especificamente de moda modesta, bem como assuntos associados à adequação da moda à doutrina da igreja da qual fazem parte. Atualmente, ambas continuam sendo referências da moda evangélica no estado, como blogueiras e influencers.

Imagem 10. Recorte retirado do post: Inspiração longo plus size, do blog Estilosas e Santas.

Oi meninas, tudo bem?
Hoje a gente veio trazer inspiração para as meninas Plus size.

Um dos maiores medos das gordinhas é de usar longo. Elas sempre afirmam que não combinam, ou que também são baixinhas e outras dezenas de pretextos pra não usar roupas longas.

Por isso resolvi trazer esses look's lindos da Fascinius, pra inspirar vocês a usarem.
Primeiro olhem cada look lindo e lá embaixo, umas diquinhas básicas, belê?



Fonte: Blog estilosas e santas

Embora as dicas sejam direcionadas às mulheres gordas em geral, a modelo presente em alguns posts do blog, não se trata de uma mulher gorda maior, além de ser uma mulher branca. Esta, representa uma marca divulgada pelas blogueiras como alternativa às mulheres gordas, consumidoras de moda plus size. Ambas irmãs são mulheres brancas e magras, apesar de serem altas. É possível se questionar mais uma vez a posição das mulheres negras e gordas nos canais de divulgação de conteúdos relacionados à beleza, conforme já dito. Freire (2019),

por meio de entrevista, observa que a influenciadora Camila Nunes (@camilanunes) inicia seu trabalho nas redes sociais a partir da constatação da ausência de mulheres negras em vídeos de maquiagem. “Ela quis ser um exemplo da representatividade das mulheres negras” (p.43). Dessa forma, compreende-se que ainda há uma representatividade limitada para tais mulheres no ambiente da mídia social, inclusive para mulheres evangélicas.

4.3 Em pernambuco: GOSPEL FASHION DAY

Com o objetivo de entender o fenômeno crescente de utilização da moda modesta pelo meio evangélico, especificamente em relação ao público assembleiano, foi realizada a observação ativa do evento Gospel Fashion Day, com a presença de ambas autoras deste trabalho no local. Para complementação das informações colhidas no local, foram utilizadas na presente discussão as entrevistas realizadas pelo Jornal do Commercio (JC) realizadas durante o evento.

O Gospel Fashion Day é uma feira de moda “evangélica” itinerante, com entrada gratuita, que alterna sua realização em espaços de eventos de shoppings de Pernambuco, em cidades como Camaragibe, Barreiros, Vitória, Paulista e Cabo de Santo Agostinho e fora do estado, como em São Luís do Maranhão. Por ser de moda evangélica é um evento que não trata especificamente de moda modesta, como já situado anteriormente. A última edição da feira obteve uma movimentação de 300 mil reais, um valor significativo, visto que o evento é formado por pequenas e microempresas (JORNAL DO COMMERCIO, 2021).

O evento de moda gospel observado foi realizado no shopping Camará entre os dias 19 e 21 de novembro de 2021. Visto que não houve realização de eventos no período crítico da pandemia de Covid-19 no país, o Jornal do Commercio (2021) destacou a necessidade de readequação da feira à nova realidade, com as recentes determinações sanitárias e com a economia em instabilidade. Entretanto, afirma que de acordo com a organização do evento, os estandes foram vendidos rapidamente e já no primeiro dia a feira teria demonstrado boa receptividade e adesão do público.

Ainda de acordo com o jornal, entre os argumentos para a realização da feira, a criadora e organizadora do evento, Vivian Oliveira, afirma que

O intuito do evento é facilitar o acesso aos itens de moda e de beleza, movimentando a economia local, mas também levar a fé, com louvor e adoração. [...] O público cristão é um grande consumidor de moda, porque vamos muito à igreja e reuniões religiosas e isso demanda muitos looks.¹⁷

¹⁷ Trechos retirados da entrevista concedida ao jornal do commercio de Pernambuco em 19/11/2021. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/economia/2021/11/13623821-gospel-fashion-day-evento-especializado-em-publico-cristao-esta-de-volta-apos-parada-durante-a-pandemia.html>.

A edição de 2021 contou com 31 estandes e a programação da feira foi dividida entre louvores, momentos de explanação com base na “Bíblia Sagrada”, lançamento de livro e sessão de autógrafos. Edições anteriores contaram com desfiles de moda e palestras, a exemplo da palestra intitulada “Valorize sua Silhueta” contando também com a presença de Vivian Oliveira e outras influenciadoras.

A observação da feira foi centrada na sexta-feira, dia 19 de novembro, tendo início às 14 horas. Foi possível identificar a presença de 31 stands, diversificados em seus produtos (Quadro 2). Além destes, a estrutura do evento contava com um palco; uma pequena exposição de roupas, promovida por uma das lojas participantes, com sugestões de uso das peças; um espaço com ambientação para fotos; e sistema de som com reprodução de cânticos religiosos evangélicos, conhecidos como hinos.

Quadro 2. Divisão dos estandes presentes no evento por item comercializado no Gospel Fashion Day 2021

STAND	QUANTIDADE
ROUPAS FEMININAS	16
ROUPAS MASCULINAS	1
MODA PRAIA	1
MODA ÍNTIMA / LINGERIE	1
ACESSÓRIOS PARA COMPOSIÇÃO DE LOOK	7
COSMÉTICOS	1
LIVROS	1
ARTIGOS DOMÉSTICOS	1
LANCHES	2

Fonte: Diário de Campo da primeira autora, 2021.

Foi curioso notar que dentre os itens vendidos, constavam segmentos de vestuário como Moda Praia e Moda Íntima, sob a égide de “produtos para evangélicos”. Além disso, também chama a atenção que a participação de lojas masculinas é menor (apenas um) até mesmo que lojas voltadas para acessórios femininos.

É importante salientar que dentre os produtos femininos disponíveis, também contemplavam calças, fator que parece ser um dos principais marcadores para distinguir entre uma moda evangélica e uma moda modesta, que seja consumível por um público assembleiano, de modo que não é pelo fato que um empreendimento tenha a identificação de “evangélico”, que necessariamente venderá apenas itens que são indicados por uma vertente

religiosa específica. Vale dizer que neste trabalho, não foi possível verificar se os negócios marcados como moda modesta para o público evangélico vendem calças.

Quadro 3. Relação de lojas de roupas femininas e tamanhos disponíveis no Gospel Fashion Day 2021.

LOJA	GRADE DE TAMANHOS QUE COMERCIALIZA	MAIOR TAMANHO DISPONÍVEL NO EVENTO	DIFERENÇA DE PREÇO ENTRE TAMANHOS
Isana	P ao G (44)	44	Não
Vibe store	P ao G2	50	Não
NK	P ao G (44)	44	Não
Mulher modesta	P ao GG (50)	50	Sim
D' Luxe	P ao GG (50)	50	Não
Phyna store	P ao 52	52	Não
Nayara Brito	P ao GG (50)	48	Não
Cabide Chic	P ao 54	52	Não
Maria's Modas	P ao 54	48	Não
BK	P ao 50	50	Sim
Muy Bela	P ao 56	56	Não
Flor de algodão	P ao 48	46	Não
Belles Chamise	P ao 48	48	Não
Cintura fina	P ao 52	52	Sim
Moça bonita	P ao 52	52	Não
Joelikoficial*	-----	-----	-----

Fonte: Diário de Campo da primeira autora, 2021.

*Observação: Não foi possível averiguar as informações sobre a loja expositora.

Vale registrar, finalmente, que muitas lojas argumentaram que, embora não dispusessem de números maiores no evento, suas lojas físicas atendiam à essa demanda, entretanto, as lojas parceiras vieram de diversos locais, como das cidades: Recife, Paulista, Cabo de Santo Agostinho e Escada, inviabilizando em alguns casos, que os clientes possam ir até algumas delas, devido à distância. Dessa forma, a cliente que veste um tamanho maior fica desassistida e não é contemplada presencialmente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em relação ao termo “Moda Modesta”, diante dos achados e das reflexões feitas, considerando principalmente o Brasil, parece ser necessário distinguir as marcações: moda

evangélica ou gospel de moda modesta, e por sua vez, “moda modesta evangélica” de “moda modesta muçulmana”. Assim: moda evangélica contempla toda roupa que esteja adequada à doutrina da denominação, admitindo roupas justas ou um pouco acima do joelho - a depender do credo, enquanto a moda modesta, possui um estilo de roupas mais soltas, não admite roupas justas, curtas ou com a presença de fendas estéticas.

Sob esses vieses, a moda modesta evangélica seria caracterizada por ser ainda mais “recatada” que a moda evangélica e possuir peças com cintura marcada, saias rodadas e midi ou longas, estando sempre abaixo do joelho; e a moda modesta muçulmana uma moda que atende às características gerais de moda modesta e admite o uso de peças bifurcadas por mulheres. Ainda vale dizer que roupas “seculares” podem cumprir a função de moda modesta caso possuam elementos estéticos que possam contemplar definições religiosas. No caso deste trabalho, contemplam o público assembleiano a moda modesta evangélica e em alguns casos a moda evangélica e a moda secular, em caso de peças que atendam aos “costumes”.

Ao que se pesquisou sobre as influenciadoras digitais, pode-se constatar que em sua maioria são mulheres brancas e magras. O fator religião parece não romper as estruturas hegemônicas quanto a padrões estéticos reificados na moda feminina secular, em que ao longo da história e por muito tempo apenas um corpo foi eleito como padrão: mulher branca e magra, de modo que as mulheres pretas e gordas tendem a não amplamente ser contempladas.

Neste sentido, por fim, as roupas plus size também para mulheres evangélicas, e aqui, as assembleianas, possuem oferta limitada de modelos e estampas para as mulheres gordas em relação às mulheres magras, de modo que pagam mais caro na obtenção das suas peças e têm menor representatividade em mídias sociais.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Gedeon F. **Assembleias de Deus: teorização, história e tipologia–1911-2011**. 1.ed. São Paulo; Arte editorial, 2010. 192 p.

ALBUQUERQUE, Hortência Cruz; DUQUE-ARRAZOLA, Laura Susana; ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. “Santas e Estilosas”: o consumo de moda gospel por mulheres pentecostais. **Oikos: Família e Sociedade em Debate**, v. 28, n. 2, p. 316-331, 2017.

ALMEIDA, Raphael Daróz; CASOTTI, Leticia Moreira; DE MIRANDA, Ana Paula Celso. Negociações simbólicas das regras religiosas do vestir em postagens no Instagram. **dObra [s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, n. 31, p. 237-261, 2021.

ANDRADE, Moisés Germano. **Uma história social da Assembléia de Deus: a conversão religiosa como forma de ressocializar pessoas oriundas do mundo da criminalidade.** Dissertação (Mestrado em ciências das religiões) – Faculdade Católica de Pernambuco. Recife, p. 115. 2010.

ARAÚJO, John da Silva. Pentecostalismo Afrobrasileiro?. **Revista Observatório da Religião**, v. 2, n. 2, p. 153-175, 2015.

ARAÚJO, Marli Nogueira. **Corpo, comunicação e cultura juvenil no pentecostalismo.** Orientadora: Patrícia Silva Osorio. 2018. 108 f. Dissertação (Mestrado) - Estudos de Cultura Contemporânea, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2018.

CÂNDIDO, Juliana Barbosa. “**É necessário nascer de novo**”: **Conversão religiosa e mudança moral no pentecostalismo.** Orientador: Pedro de Oliveira Filho. 2017. 31 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Psicologia, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde, Campina Grande, 2017.

CANÊDO, Karina. **Nichos de Moda.** Brasília: SEBRAE, 2015. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c753eade63d2e51bd3814d9f877c7298/\\$File/5326-a.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c753eade63d2e51bd3814d9f877c7298/$File/5326-a.pdf). Acesso em: 10 de maio de 2022.

CASARIN, Carolina; JÚNIOR, João Dalla Rosa; SANTOS, Heloisa; COSTA, Carla; MEDRADO, Michelle A moda e a decolonialidade: encruzilhadas no sul global. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, v.6, n. 2, p. 01-1, 2022.

COSTA, Otávio Barduzzi Rodrigues. Nova criatura sou: considerações sobre conversão, ex banditismo e o pentecostalismo tradicional no Brasil. **Revista Interação Interdisciplinar (ISSN: 2526-9559)**, v.1, n. 2, p. 04-26, 2017.

FREIRE, Karolline Valentim Ferreira. **Preto no branco: análise das influenciadoras digitais de beleza branca e negra do Brasil.** Orientadora: Kátia Maria Belisário. 2019. 86 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Comunicação social, Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

GONÇALO, Rita. Moda Church—Performances e produções estéticas do vestir feminino em igrejas evangélicas cariocas. **Mosaico**, v. 7, n. 11, p. 9-31, 2016.

IBGE, Censo demográfico, 2010. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?id=3&idnoticia=2170&view=noticia>> Acesso em: 20 de julho de 2022.

IEAD-PE (Igreja Evangélica Assembléia de Deus em Pernambuco). **Discipulado.** [Apostila: material impresso]. Recife: IEADPE - Superintendência Das Campanhas Evangelizadoras, s/d.

ISHIDA, Gabriel Minoru. Métodos para identificação e características de influenciadores em mídias sociais. *In*: Silva, T.; Buckstegge, J.; Rogedo, P. **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais.** Brasília: IBPAD, 2018.

KAWAMURA, Yuniya. Fashion-logy: An Introduction to Fashion Studies (Dress, Body, Culture). **Londres: Bloomsbury Publishing**, 2018.

LEWIS, Reina; TARLO, Emma. Modest dressing: faith based fashion and the internet retail. p. 1-20. 2011.

LEWIS, Reina. Fashion, shame and pride: Constructing the modest fashion industry in three faiths. *In: The changing world religion map*. Springer, Dordrecht. p. 2597-2609, 2015.

LEWIS, Reina. Modest body politics: The commercial and ideological intersect of fat, black, and Muslim in the modest fashion market and media. **Fashion Theory**, v. 23, n. 2, p. 243-273, 2019.

LIMA, Adriano Sousa; ROSSI, Luiz Alexandre Solano. A contribuição do pentecostalismo na promoção dos direitos humanos dos negros. **Estudos Teológicos**, v. 60, n. 1, p. 41-54, 2020.

LIMEIRA, Mariana Castro; FARIAS, Amália Costa. Ciberativismo feminista no Brasil: A transformação da aceitação dos corpos femininos diversos no Instagram. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 7, n. 5, p. 621-634, 2021.

MARTINS, Vírnia Maria Peixoto; CARRERA, Fernanda Ariane Silva. Body positive en Instagram: Uma análise dos modos de aceitação corporal a partir da roleta interseccional. **Razón y Palabra**, v. 24, n. 109, p. 605-635. 2020.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MINAYO, Maria Cecília; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 31ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MOHER, D.; SHAMSEER, L.; CLARKE, M.; GHERSI, D.; LIBERATI, A.; PETTICREW, M.; SHEKEL, P.; STEWART, L. A. Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. **Revista Española de Nutrición Humana y Dietética**. 2016; 20:148–60. <https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1/TABLES/4>.

NUNES, Madienne Clemildes de Souza. **Narrativas sobre aparência e saúde do corpo feminino: a disputa por sociais em perfis do movimento corpos e da cultura fitness no Instagram**. Orientadora: Tatiana Guenaga Aneas. 2021. 273 f. Dissertação (Mestrado) Curso de Comunicação – Universidade Federal de Sergipe, 2021.

OLIVEIRA, Marco Davi. A religião mais negra do Brasil. **São Paulo: Mundo Cristão**, p. 20, 2004.

OLIVEIRA, Rok Sônia Naiária de. A indumentária e os usos e costumes defendidos pela Igreja Assembleia de Deus (1975-1999). **XXVII Simpósio Nacional de História**. Natal–RN, 2013.

OLIVEIRA, Thaís Regina da Silva. **A moda e o sagrado: a interferência da doutrina na estética feminina**. Orientador: Orientador: Marcio Ghizzo. 112 f. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

PANCIERI, Ana Claudia Gobetti. Os usos e costumes nas Assembleias de Deus do Brasil. **UNITAS-Revista Eletrônica de Teologia e Ciências das Religiões**, v. 5, n. 1, p. 96-107, 2017.

PEREIRA, Gesiel Camilo da Silva. O movimento pentecostal no Brasil: Assembleia de Deus 1910 a 1950. **Revista de Teologia**, n. 2, p. 235-249 2021.

ROSENBERG, Tiina. Wrapped in Meaning: Modest Fashion as Feminist Strategy. **NORA-Nordic Journal of Feminist and Gender Research**, v. 27, n. 4, p. 285-289, 2019.

RUDZ, Dani. **Mercado plus size. In: MANAS À OBRA: Pelas mãos de várias mulheres transmitindo conhecimentos de luz em tempos sombrios**. Patricia Barbosa - organizadora. São Paulo: 2020.

SANTOS, Sabrina Pereira dos. **Processo de busca de consumidoras de moda-vestuário plus size: do corpo à roupa que veste o corpo**. Orientadora: Maria Alice Vasconcelos Rocha. Dissertação (Mestrado em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento de Ciência Doméstica, Recife, 2016.

SCHÜNKE, Christian *et al.* The Contribution of digital influencers for co-creation of Value in fashion brands. **REMark**, v. 20, n. 2, p. 226, 2021.

SILVA, Igor José. Entre doutrinas e costumes: definindo normatizações e sociabilidades dos fiéis da Assembleia de Deus. **Anais dos Simpósios da ABHR**, p. 1-14, 2015.

SILVA, William Costa. **“JÁ SINTO O MANTO”**: a tecitura ecossistêmica do pentecostal na internet. Orientadora: Maria Emília Pereira de Oliveira Abbud. 2020. 147 f. Dissertação (Mestrado) - Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2020.

SLATER, Stephanie; DEMANGEOT, Catarina. Aculturação do profissional de marketing às necessidades de diversidade: o caso da moda modesta em dois contextos multiculturais. **Journal of Business Research**, v. 134, p. 702-715, 2021.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 11ª ed. Porto Alegre, RS: Bookman Editora, 2016.

SOUZA, Everson de Oliveira. **Usos e costumes no pentecostalismo: análise do discurso assembleiano sobre os meios de comunicação**. Orientador: David Mesquiati de Oliveira. 2018. 75 f. Dissertação (Mestrado) - Ciências das Religiões, Faculdade Unida de Vitória, Vitória, 2018.

SOUZA, Everson de Oliveira. Usos e Costumes no Pentecostalismo: análise do discurso assembleiano sobre os meios de comunicação. São Paulo: Editora Dialética. 2021.

SUASSUNA, Livia. Pesquisa qualitativa em Educação e Linguagem: histórico e validação do paradigma indiciário. **Perspectiva**, v. 26, n. 1, p. 341-377, 2008.

TAPIA, Jorge Areneda. La moda islámica modesta: una propuesta multisensorial entre el estilo de recato y la fe mediadora. **Sociedad y religión**, v. 29, n. 52, p. 216-237, 2019