

## **Reflexões sobre o Corpo, a Moda e a Identidade da Noiva Gorda: Uma Perspectiva Construída em Stuart Hall e Safiya Noble<sup>1</sup>**

Martina Viegas <sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente trabalho apresenta o cenário de buscas por um vestido de noiva em ambiente digital a partir das impressões e vivências da autora deste artigo, uma mulher gorda que recentemente casou-se no civil. Buscando pelo termo “noivas gordas” no Google, tivemos contato com o retorno algorítmico pejorativo do sistema de busca e, devido a este contato, deu-se início ao processo de reflexão que aproximou o ocorrido com o conteúdo da obra Algoritmos da Opressão, de Safiya Noble (2021), e com o conceito de identidade proposto por Stuart Hall (2000 e 2006). O objetivo deste artigo é o de traçar paralelos analíticos entre os resultados obtidos no sistema de pesquisa mencionado - Google – buscando amparo teórico em Safiya Noble (2021), bem como relacionar as noções de afeto de Rogério Costa (2016) a partir da ótica de Espinosa, promovendo novas percepções acerca dos processos de construção identitária dos sujeitos (Hall 2000 e 2006), caracterizados neste trabalho sob o recorte das noivas gordas, consideradas pelo mercado como corpos *plus size*.

**Palavras-chave:** Noivas Gordas; *Plus Size*; Algoritmos; Afetos; Identidade.

### **Introdução**

Ouso iniciar esta introdução de modo pouco comum: casei-me em junho de 2023 e para que o momento fosse celebrado dentro do que considero esteticamente atraente, o caminho percorrido não foi fácil. Como mulher gorda prestes a casar, busquei por opções de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Eixo/Painel Temático 11. Tecnologias digitais, gênero e diversidade, do XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS, realizado nos dias 27 de novembro a 01 de dezembro de 2023. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM ESPM), bolsista Capes Prosup Taxas; mestra em Processos e Manifestações Culturais e pós-graduada em Design de Superfície (ambas titulações conquistadas na FEEVALE-RS), professora universitária FEBASP – Belas Artes - SP. Email: martina.viegas@gmail.com

marcas de vestido de noiva que atendessem ao meu biotipo. A grande maioria das marcas brasileiras que comercializa roupas femininas em grade mais ampla de tamanhos, não apresenta muitas opções à escolha: os tamanhos G ou GG de muitas delas, compreendem corpos de tamanhos médios, não *plus size*<sup>3</sup> ou *curvy*<sup>4</sup>. Observando essa ineficácia no atendimento ao público feminino gordo, percebi que em muitos casos a modelagem oferece opções em tamanhos G, GG e EXG<sup>5</sup>, mas as medidas em centímetros referentes ao busto, cintura e quadril, indicam grande inconformidade com o tamanho real de corpos de mulheres gordas brasileiras. Os corpos gordos das mulheres brasileiras possuem, de modo geral, uma maior estrutura na região da cintura e do quadril. Já os corpos das mulheres norte-americanas, por exemplo, costumam apresentar a região do busto mais proeminente.

Conforme Aliana Aires (2019), no século XX, de 1970 a 1990 foi um período marcado por um aumento de interesse da indústria da moda *plus size*, sobretudo nos Estados Unidos da América: o peso médio da cidadã estadunidense aumentou, acarretando ganho de dois tamanhos em seu manequim. Já em terras brasileiras, dados do Sebrae (2015, p.2) apontam que “[...] 50,8% dos brasileiros estão acima do peso, e destes, 17,5% são obesos” e temos ainda “[...] crescimento anual de 6% no mercado de moda *plus size*, o que corresponde a cerca de R\$ 5 bilhões do faturamento total do segmento de vestuário”, de acordo com a

---

<sup>3</sup> O termo *plus size* (tamanho grande, em livre tradução para o português) foi utilizado pela primeira vez em 1920 pela marca norte-americana Lane Bryant. A marca fundada em 1904 produzia em larga escala roupas para mulheres grávidas. O sucesso comercial de Lane Bryant foi tanto, que o termo *plus size* se popularizou e a marca passou a produzir roupas em tamanhos maiores não apenas para grávidas, mas também para mulheres gordas, influenciando o surgimento de outras marcas focadas em produzir para manequins acima do tamanho 44 (REVISTA CLAUDIA, 2010).

<sup>4</sup> O termo *curvy* (abreviação de *curvilinear body*, corpo curvilíneo, em livre tradução para o português), é utilizado para nomear modelos que possuem medidas maiores que o manequim 38, ficando com numeração de manequim entre 40 e 44. A modelo e/ou a mulher *curvy* não pode ser enquadrada na categoria *plus size*. “Em 2014, a marca Calvin Klein anunciou Myla Dalbesio como sua nova modelo *plus size* e a campanha de lançamento da modelo foi muito criticada por internautas no mundo todo pelo fato de Myla ser uma mulher com proporções de corpo comuns, respectivas à numeração 40 (FÓRUM INSIDER, acessado em junho de 2023).

<sup>5</sup> Em geral, os tamanhos G (grande), GG (segundo tamanho maior) e EXG (extragrande) são denominações utilizadas em confecções de vestuário e dizem respeito aos tamanhos maiores em modelagens. No Brasil, no entanto, percebe-se uma grande disparidade nas medidas dessas numerações, o que indica uma não-padronização nos tamanhos que dificulta o processo de compra.

Associação Brasileira do Vestuário (Abravest). Ana Julia Büttner (2019), ressalta que apesar de cada marca oferecer peças de vestuário em tamanhos maiores, as modelagens podem ser inadequadas para as proporções corpóreas desse público, pois conforme a autora, “muitas mulheres acabam por adquirir as peças de vestuário que servem, mesmo que de maneira inadequada, e não as que de fato desejam adquirir”.

Como muitas outras mulheres que aguardam animadas o dia de seu casamento, comecei a busca por opções de vestido de noiva. Tenho pouco busto, possuo barriga e tenho quadril largo, então o desafio acabou intensificado: ao procurar por vestidos brancos confeccionados por marcas especializadas em vestuário feminino, o atendimento nas lojas físicas indicou despreparo na condução dos diálogos e explicações. Dentre as respostas obtidas quando questionado sobre os motivos de haver poucas opções voltadas às noivas gordas, obtive:

1. “A maioria das noivas começa dietas meses antes de casar-se, para poder vestir melhor um vestido de noiva”;
2. “Nossa grade de tamanhos contempla os tamanhos G e GG, porém não contempla corpos obesos”;
3. “Geralmente noivas gordas possuem mais busto, por isso que os vestidos costumam ter caimento melhor”.

Ao perguntar sobre os motivos de vestidos de noivas desenvolvidos como opção ao público *plus size* possuírem precificação que chega a ser três vezes maior do que o preço do mesmo vestido em escala menor (tamanho médio ou pequeno), obtive como respostas:

1. “O preço dos vestidos de noivas gordas é mais elevado porque é mais difícil criar uma modelagem que atenda a este biotipo”;
2. “Acaba sendo necessário investir em mais matéria prima e os tecidos e aviamentos utilizados no segmento de noivas, possuem maior preço”.

Tais respostas sugerem tentativa de projeção de responsabilidade sobre o mercado de noivas *plus size* ser como é, para as consumidoras gordas, ao invés de procurar contribuir em uma solução ou sugerir algum caminho solucionador aos questionamentos feitos. Neste momento, passei a perceber que eu estava inserida em um contexto que desencadeou situação de crise de identidade e de imagem, pois eu desejava pertencer ao grupo de noivas contentes e otimistas prestes a casar, e me vi, portanto, deslocada e sem opções estéticas viáveis para esta celebração.

Stuart Hall (2006, p.7), em seu livro *A identidade cultural na pós-modernidade*, traz que as questões identitárias estão sendo revistas e repensadas conforme novos panoramas sociais e culturais vivenciados na atualidade:

A questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social. Em essência, o argumento é o seguinte: as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada "crise de identidade" é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

Ao buscar por modelos de vestidos de noivas que contemplassem a mensagem estética que eu desejava passar, me vi inserida em narrativas nas quais não conseguia me enxergar como protagonista. As modelagens evidenciavam partes do meu corpo que eu não gostaria de deixar tão à mostra, e encontrei modelos de vestidos com medidas muito maiores do que as de meu corpo atual. “Gorda de menos” para algumas modelagens, por ter pouco busto; “gorda demais” para outras, que oferecem modelos justos demais na cintura ou com muitos detalhes como o uso de babados e rendas, que fogem de minhas preferências.

Idealmente, o vestido de noiva criado e confeccionado sob medida, é mais adequado à celebração de um grande dia, sobretudo quando se trata do vestido da noiva: toda a peça de roupa criada observando as nuances e detalhes do corpo real para o qual se destina, oferece

melhor caimento do tecido e maior aderência às formas do corpo em questão. No meu caso, no entanto, esta não foi uma possibilidade devido a duas questões:

- a) a modista<sup>6</sup> de minha maior confiança reside em Igrejinha, Rio Grande do Sul. Eu moro em São Paulo desde 2016. Para que fosse possível realizarmos as provas do vestido, eu teria que viajar pelo menos 2 vezes por mês para viabilizar a feitura do vestido;
- b) o casamento estava previsto para antes da pandemia de COVID-19. Como foi preciso adiá-lo até um momento oportuno e seguro para a celebração, devido ao meu trabalho e aos meus estudos, optou-se por realizar a celebração o mais breve possível, o que ocasionou pouco tempo para providenciar uma modelagem sob medida.

Desta forma, posto que as opções em lojas físicas – tanto para aluguel, quanto para compra – não atenderam às expectativas, e como a opção de confeccionar um vestido sob medida estava fora do alcance, restou apenas iniciar a busca em ambiente digital, em *e-commerces* brasileiros e internacionais.

### **Buscando por Noivas Gordas**

Como a busca por um vestido de noiva não resultou positivamente em lojas físicas, parti para a busca dentro do universo *on-line*. Ao procurar pelo termo “noiva gorda”, deparei-me, no entanto, com situações semelhantes às relatadas por Safiya Umoja Noble (2021) em seu livro *Algoritmos da Opressão: como os mecanismos de busca reforçam o racismo*. Embora a autora tenha trazido o viés do racismo dos algoritmos à tona com sua obra, os resultados de buscas que eu obtive pesquisando no *Google*, foram inquietantes. Procurando por “noivas gordas”, encontrei tópicos como “Noiva gorda! E agora?”, “Gorda pode casar?”

---

<sup>6</sup> As modistas são profissionais que trabalham com moda e costura. O termo hoje em dia é pouco utilizado, porém coube bem neste caso quando me refiro à profissional Eugênia Teixeira, de grande habilidade manual e um enorme coração criativo, amiga de longa data e que me auxiliou com o ajuste do vestido de noiva.

além de conteúdos que infantilizam mulheres gordas noivas, fazendo uso de termos diminutivos como “gordinha e gordinhas”.

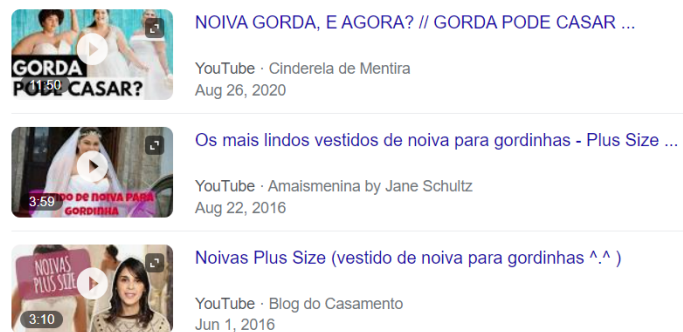


Figura 1: resultados da busca "Noivas Gordas", no Google.

O resultado da busca pelo termo em inglês *fat brides*, trouxe vídeos onde as noivas gordas mostravam seu desconforto sobre ser chamadas de gordas. Para minha surpresa, apenas dicas de como “não parecer tão gorda usando vestido de noiva”, ou “dicas de vestidos de noivas para gordinhas” apareceram em primeiro lugar nas buscas: imaginei que opções de vestidos disponíveis à venda teriam uma maior visibilidade.

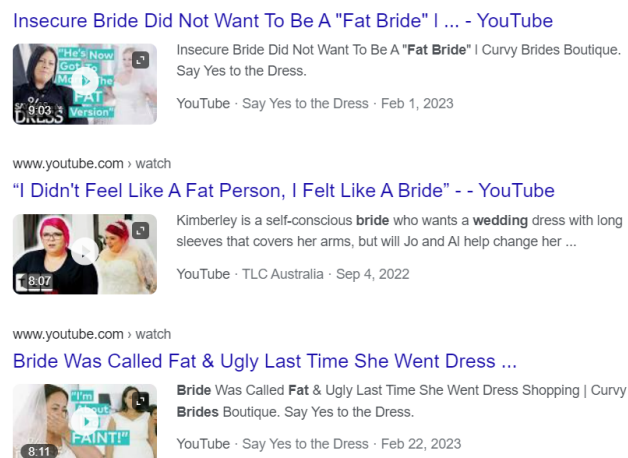


Figura 2: resultados da busca *Fat Brides*, no Google

Procurando por “vestido de noiva *plus size*” no Google, encontrei opções de marcas que comercializam vestidos de noivas para mulheres gordas. Os termos “gordinha”, “noivas gordinhas” e “encontrando o vestido de noiva ideal mesmo sendo gordinha”, foram bastante recorrentes.

Foram encontrados, ao todo, 49 sites que comercializam vestidos de noiva ou vestidos de festa que poderiam servir à celebração do casamento. Destes, 29 sites eram de *e-commerces* brasileiros.

Noble (2021, p. 153), afirma que a maioria dos ganhos monetários do Google são provenientes da publicidade e que, portanto, “a transição de estereótipos sobre mulheres na publicidade cria um “vocabulário de intenções limitado”. Se os algoritmos do Google encontram com tamanha facilidade termos como “gordinhas”, temos duas situações distintas: 1. a primeira, indica que é vantagem para o Google manter em boa posição este termo que alimenta mais e mais buscas sobre este segmento, mesmo que de modo pejorativo às mulheres gordas; 2. se o capital é tópico maior nesse diálogo, isso quer dizer que o uso de termos como “gordinhas”, gera lucro ao Google – e, se gera este lucro, é porque existe interesse por esta busca.

A autora diz que é preciso olhar de modo mais atento para os efeitos dos conteúdos que consumimos e acabamos reproduzindo, pois “a fim de desafiar representações dominantes, é necessário antes de tudo entender como elas funcionam” (NOBLE, 2021, p. 153). Em seu livro *Algoritmos da Opressão*, Safiya Noble (2021) cita o trabalho das estudiosas feministas Judy Wajcman e Anna Everett, que apontam para os meios específicos pelos quais práticas tecnológicas priorizam os interesses de homens e de brancos. Sendo assim, nada mais lógico do que o controle patriarcal tomar conta dos sistemas de algoritmos Google afora. Sabemos que a indústria da moda é regida por muitos preconceitos. As regras sobre o que pode ser considerado belo e sobre o que não serve para tal categorização, são bastante categóricas. Aos poucos, o pensamento está mudando e o trabalho de pesquisadoras como Noble nos indica que caminhamos rumo a muitas mudanças no que diz respeito a

maiores lutas feministas nos campos cultural e social.

A autora (2021) afirma que existe a replicação de processos enviesados da mídia

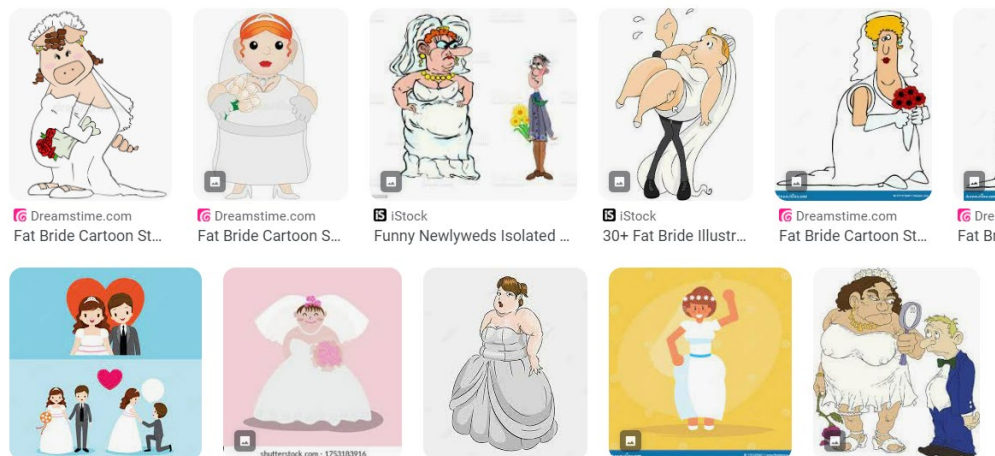


Figura 4: resultados obtidos no Google pesquisando por *Fat Bride*

tradicional no ambiente digital e traz a pornografia da representação feminina como um ponto de reflexão: “a pornografia da representação é uma crítica feminista sobre como mulheres são representadas como objetos pornográficos” (NOBLE, 2021, p. 143). Pesquisando por noivas gordas, foi possível encontrar conteúdos pornográficos ou que tentam ridicularizar mulheres gordas através de um humor bastante questionável, conforme imagens a seguir:



Figura 3: print de teor pornográfico referente à busca no  
*Google* pelo termo Noivas Gordas

As imagens acima mostram as noivas gordas representadas como animais, feias, desajeitadas e pouco femininas. Safiya Noble (2021) reforça, ainda, a importância de pesquisar mais antes de acreditar em todos os resultados de buscas que o Google oferece em uma primeira instância. Ver a internet como uma mídia comunitária, implica erroneamente que possa haver maior legitimidade nas informações. Para Noble (2021) “a internet é um espaço público onde opiniões confundem-se com informações”, sendo que esse novo capitalismo no contexto de internet está transformando radicalmente territórios e espaços que previamente eram públicos, privatizando saberes e acesso às informações que realmente são relevantes para a sociedade. Em suas palavras: “traços identitários estão à venda na internet para quem quiser pagar mais” (Noble, 2021, p.134), ou para quem estiver pouco disposto a ampliar seus esforços em pesquisar para além do que é oferecido pelos algoritmos de busca.

### **Identidade, Afetos e Moda**

No começo de minhas buscas pelo vestido de noiva ideal, eu estava bastante reticente ao fato de adquirir um vestido em loja on-line. No meu imaginário, sempre pensei que este dia especial seria comemorado com uma indumentária feita sob medida e que contemplasse de fato todos os quesitos que eu sempre havia sonhado. A vida corrida dos dias de hoje, entretanto, nos empurra para decisões que fogem um pouco (ou muito) do que planejamos.

O autor Rogério Costa (2016) explica em *A noção de hábito em Espinosa e em Peirce*, o conceito de ideia-afecção, ou imagem. Esta ideia não representa especificamente o corpo exterior, mas aponta para algo deste corpo em direção ao corpo afetado. Eu olhava para as imagens dos vestidos à venda, achando vários muito bonitos, mas sem conseguir me imaginar vestindo nenhum deles. Será que uma mulher gorda realmente fica bem nestas modelagens cujas imagens das modelos recebem tanto tratamento digital? Tais imagens estavam me afetando e atravessando de inúmeras formas diferentes, sendo que em muitos momentos eu já não sabia mais dizer se essa afecção era sobre o meu corpo não encontrar um vestido que

me fizesse sentir bem, ou se o sentimento que estava tomando conta de mim dizia respeito ao meu deslocamento social e identitário vivenciado a partir das poucas opções que estava encontrando.

Para Costa (2016), o corpo alheio produz efeito sobre o corpo alvo destes afetos e, no meu caso, posso entender que indica a presença de todos os outros corpos e seus respectivos efeitos oriundos dos julgamentos que já atravessaram meu próprio corpo. Ser uma mulher fora dos padrões, carrega signos delicados que muitas vezes não são analisados como poderiam (e talvez, deversem) ser analisados. Costa (2016, p.222) diz que, para Espinosa, afecção é “o traço deixado no corpo e o afeto é a variação resultante do traço.” Ou seja: os corpos exteriores afetam o corpo humano de inúmeras formas, sendo essas afecções demarcações neste corpo de uma série de traços, chamados vestigia, dos corpos alheios: o julgamento, o medo da não-aceitação, a crise de identidade ao sentir que assim como eu, tantas outras mulheres gordas sentem-se deslocadas e não contempladas pela moda, são alguns exemplos dos sentimentos vividos.

Ainda conforme Costa (2016, p.232) “as ideias que temos dos corpos exteriores indicam mais o estado de nosso corpo do que a natureza dos corpos exteriores”. Ou seja: ao folharmos revistas que ditam padrões de beleza, tentamos nos adaptar a estes padrões e acabamos nos frustrando neste processo que pode ser doloroso. Nem todos os modelos de vestidos contemplam bem a todos os formatos de corpos e suas inúmeras peculiaridades que os deixam tão únicos, tão plurais. Para o autor (2016, p.222), a reflexão de que a perspectiva de Espinosa inova na concepção de corpo tida até aquele momento pelo entendimento de que “todo corpo é composto por uma infinidade de indivíduos”, faz com que eu consiga aproximar essa fala do fato de que a visão que eu tenho sobre mim e sobre o meu corpo, trata-se muito da soma de todas as opiniões e julgamentos que já ouvi e vivi sobre meu exterior físico, do que sobre uma opinião unicamente minha.

A internet nos apresenta o que, para Noble (2021), trata-se do conceito de “internet artefato”: a internet é um artefato tanto como extensão do processo educacional formal quanto

como “cultura informal”, sendo uma “aplicação de subjetividade”. Conforme a autora, essa ideia oferece um ponto de vista privilegiado através do qual é possível entender que os meios pelos quais a representação e a má representação ocorrem na mídia são uma expressão de relações de poder, pois posiciona as subjetividades da comunidade de maneiras dominante e subordinada. No recorte estudado neste trabalho, percebeu-se que as noivas gordas são reduzidas a objetos de pornografia ou a termos que a infantilizam.

A introdução da dissertação de mestrado de Ana Julia Büttner (2019) costura de modo significativo entendimentos que cabem bem a este trabalho. Ao trazer Sabino (2007) e Pereira (2015), afirma que a moda e o corpo transmitem significados ao relacionarem-se a outros sistemas de dimensão social, sendo que é por meio da moda “que nos expressamos em busca de individualização, singularidade e diferenciação ao consumir um produto novo, um objeto que é fundamental para a dinâmica da moda”. Além disso, conforme menção da autora a Felerico (2011), o processo de identificação cultural do indivíduo, é expresso no próprio corpo por meio das vestimentas e outros sinais corporais. A busca pelo vestido de noiva ideal, não é apenas um desejo material de consumo, mas a representação da materialização de um sonho prestes a tornar-se realidade. Para isso, o processo de construção de identidade da noiva gorda passa por muitos outros processos de desconstrução – internos e externos: internos, pois é importante buscar compreender melhor tudo o que está acontecendo no que diz respeito aos sentimentos e pensamentos que atravessam e inquietam esse corpo atravessado e que atravessa tantos outros corpos; externos, pois este corpo que atravessa e é atravessado, deseja sentir-se parte de algo, pertencente a um grupo. A noiva gorda, antes de ser uma mulher noiva, é uma mulher gorda, e, sendo assim, carrega consigo todas as camadas de significado vividas.

Büttner (2019, p. 15) traz que a moda e o vestuário fazem parte da construção da identidade de um sujeito, sendo considerados variáveis de cunho individual, pessoal e particular onde a estética trata-se de um valor pessoal importante na construção de identidade. Ao costurar seus pensamentos valendo-se de autores que tecem pareceres sobre moda,

consumo e identidade, Büttner (2019) nos oferece a reflexão a seguir:

Neste processo, ela se estende de pessoas para produtos, o que significa dizer que os consumidores escolhem seus produtos para refletirem em sua imagem quem realmente são, o que é denominado autoconceito (SOLOMON, 2016; TOWNSEND; SOOD, 2012). A identidade é composta por vários “eus”, relacionados a grupos aos quais pertencemos. Por isso, cada um de nós acaba pensando em si mesmo não apenas como um indivíduo, mas sim como parte de um grupo. Consumimos para pertencer e expressar nossa identidade social, logo, pode-se considerar que ter uma identidade como consumidor é fundamental para a identidade social (SOLOMON, 2016).

Segundo Albuquerque e Trocolli (2004), o Bem-Estar Subjetivo (BES) é composto da avaliação que um indivíduo faz pelos seus níveis de felicidade, satisfação, estado de espírito e afeto positivo. Os mesmos autores afirmam que o BES é a ciência da felicidade, que analisa a sua causa e a sua destruição (BÜTTNER, 2019, p. 15).

Quando o sujeito não se identifica com o modo com o qual se apresenta ao mundo, nas palavras de Stuart Hall (2006, p.9), ocorre uma perda de “sentido de si”:

Esta perda de um "sentido de si" estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento-descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos - constitui uma "crise de identidade" para o indivíduo.

Essas inquietações todas, bem como esses processos de mudança, transformam o modo como nós podemos nos enxergar e nos perceber no mundo. Nas palavras de Hall (2006, p. 9), o autor procura explicar como a pós-modernidade implica tais inquietações:

[...] afirmação de que naquilo que é descrito, algumas vezes, como nosso mundo pós-moderno, nós somos também "pós" relativamente a qualquer concepção essencialista ou fixa de identidade - algo que, desde o Iluminismo, se supõe definir o próprio núcleo ou essência de nosso ser e fundamentar nossa existência como sujeitos humanos.

Seguindo o raciocínio de Hall (2000, p.109):

As identidades têm a ver com a produção daquilo que nos tornamos e não do que somos, quem nós podemos nos tornar, como temos sido representados e sobre como as representações nos afetam. E como podemos nos representar. Tem a ver com invenção da tradição e não com a tradição em si mesmo

(retorno às raízes). Não podem ser lidas como incessante reiteração, mas como negociação de “rotas” .“As identidades surgem da narrativização do eu, mas a natureza necessariamente ficcional desse processo não diminui, de forma alguma, sua eficácia discursiva, material ou política, mesmo que a sensação de pertencimento, por meio da qual as identidades surgem, esteja, em parte, no imaginário (assim como no simbólico) e, portanto, sempre, em parte, construída na fantasia ou, ao menos, no interior de um campo fantasmático.”

O modo como eu falo sobre mim e meu corpo gordo, reflete discursos que já ouvi anteriormente sobre mim e meu corpo gordo e tantos outros corpos – gordos ou não. As ideias e opiniões dos outros, mesclam-se com os afetos e afecções (Costa, 2016) que eu permito que meu corpo sinta. Sendo assim, tais identidades que são produzidas dentro e fora do discurso, precisam ser compreendidas em contextos históricos e institucionais específicos, por estratégias também específicas: as identidades acabam sujeitas à historicização radical dos processos de transformação social (HALL, 2000, p.108):

### **Mapeando *E-commerces* de Moda Noiva**

Para este trabalho, optei por trazer a análise dos vestidos de noiva *plus size* do site *Shein* e do site *Noiva no Civil*, que acabaram apresentando as opções de vestidos que mais me agradaram. O que mais me chamou a atenção em minhas pesquisas sobre essa temática, foi a ausência total ou parcial de informações a respeito da modelagem, tamanhos dos vestidos e imagens de como eles poderiam ficar em corpos reais. De todos os 49 sites pesquisados, os *e-commerces Shein e Noiva no Civil* foram os que apresentaram o maior número de informações sobre seus produtos.

O site *Noiva no Civil* traz as informações de modo bem claro e objetivo logo quando clicamos na imagem do produto de nosso interesse. A tabela de medidas do modelo de vestido selecionado indica numeração até manequim 50 e o correspondente às medidas em cm, conforme indica a imagem abaixo. O site mostra, ainda, que para saber a melhor numeração de vestido, basta observar o número de calça que a pessoa veste. Embora esta informação

seja importante, a meu ver, parece incompleta: noivas gordas com pouco busto terão maiores dificuldades em ter certeza sobre a melhor numeração para o seu biotipo.

PARA MEDIDAS DO SEU VESTIDO SEMPRE NOS BASEAMOS  
CONFORME A NUMERAÇÃO DE CALÇA QUE VOCE USA.

→ Tamanho G; 42-44  
→ Tamanho GG; 48-50  
→ Tamanho Xg; 52  
→ Tamanho G1 54

Detalhes do vestido

| AVIAIMENTOS | SIM     | NÃO |
|-------------|---------|-----|
| Bojo        | X       |     |
| Zipper      | X       |     |
| Botões      |         | X   |
| Forro       | X       |     |
| Elastano    | X       |     |
| Tecido      | CHIFFON |     |

Compare as medidas com esta tabela.  
Arraste as barras laterais para ver mais medidas e tamanhos

| TAMANHO | BUSTO | CINTURA | QUADRIL |
|---------|-------|---------|---------|
| XG      | 116   | 98      | 126     |
| G1      | 124   | 108     | 134     |
| 46      | 132   | 118     | 134     |
| 48      | 140   | 128     | 142     |
| 50      | 148   | 138     | 150     |

Medidas: cm

PROVADOR VIRTUAL

Figura 5: tabela de medidas de vestido da loja *Noiva no Civil*

Já o site *Shein*, além da tabela de medidas, oferece um sistema de pontuação por informações que os próprios consumidores enviam ao site, o que possibilita que tenhamos acesso a muitas informações sobre os modelos de vestido de modo mais realista, posto que são pessoas reais que compraram e que receberam o produto em casa, quem estão deixando seus pareceres.

Guia de tamanhos

Altere para: CM IN

Medições do produto

| Tamanho | Busto | Comprimento | Tamanho da Cintura |
|---------|-------|-------------|--------------------|
| 0XL     | 104   | 98          | 89                 |
| 1XL     | 110   | 100         | 95                 |
| 2XL     | 116   | 102         | 101                |
| 3XL     | 122   | 104         | 107                |
| 4XL     | 128   | 106         | 113                |

\*Esses dados foram obtidos com a medição manual do produto, as medições podem variar 1-2 cm.

g\*\*\*4 ★★★★★ 5 Dec 2022  
perfeito precisei apertar um pouco e mudei essas alças de cetim pois ficava subindo, de resto nota 1000  
Traduzir  
Cor: Branco Tamanho: 4XL  
Tamanho do usuário  
Altura: 170 cm / 67 in  
Peso: 146 kg / 322 lbs

Figura 6: montagem de fotos *Shein* realizada pela autora

A estas pessoas que comentam e compartilham suas próprias fotos sobre os produtos comprados, é oferecido desconto em novas compras. Foi desta forma que eu consegui encontrar um vestido que fosse do meu agrado, com a certeza de que deveriam ser feitos alguns ajustes, porém que ele não ficaria pequeno em mim: ao selecionar o vestido de minha escolha, pude ver os comentários de outras consumidoras sobre ele. Ao encontrar um comentário em específico, senti maior confiança em adquirir o modelo e levá-lo até minha modista para ajustar conforme meu gosto. Na montagem da imagem abaixo, um compilado com o modelo de vestido escolhido para meu casamento, mais o comentário e fotografia da noiva que comprou e indicou o vestido para demais consumidoras no site: a moça do comentário comprou o maior tamanho de vestido possível, e embora meu peso não seja como o peso da moça (146kg), usei o tamanho que ela comprou como base para poder ajustar depois com maior tranquilidade e tecido sobressalente.

A falta de padronização nas medidas das roupas, como um todo, dificulta o processo de compra – sobretudo em ambiente on-line. Porém, no caso de compra de vestidos de noivas *plus size*, a situação torna-se mais difícil devido às particularidades do corpo gordo. Por este motivo, torna-se importante ressaltar, deste modo, que as grades de tamanho de vestuário voltadas aos corpos gordos, não podem resultar de meros desdobramentos de tamanhos de modelagens padrão P, M e G. Analisando as tabelas de medidas dos *e-commerces Noiva no Civil* (à esquerda) e *Shein* (à direita), é possível perceber que as medidas referentes ao tamanho 4XL da *Shein* (correspondente ao tamanho de 4 vezes o extragrande), estaria inserido na tabela de *Noiva no Civil* entre os tamanhos G1 e 46.

Deste modo, conforme indica a imagem que compartilhamos a seguir, mesmo tendo acesso às informações sobre os tamanhos de cada modelagem, é necessário conferir as medidas em centímetros da peça de vestuário e compará-las com as medidas do corpo gordo que pretende vestir a peça, a fim de evitar compras equivocadas.

Compare as medidas com esta tabela.  
Arraste as barras laterais para ver mais medidas e tamanhos

| TAMANHO | BUSTO | CINTURA | QUADRIL |
|---------|-------|---------|---------|
| XG      | 116   | 98      | 126     |
| G1      | 124   | 108     | 134     |
| 46      | 132   | 118     | 134     |
| 48      | 140   | 128     | 142     |
| 50      | 148   | 138     | 150     |

Medidas: cm

PROVADOR VIRTUAL

Altere para CM IN

Medições do produto

| Tamanho | Busto | Comprimento | Tamanho da Cintura |
|---------|-------|-------------|--------------------|
| 0XL     | 104   | 98          | 89                 |
| 1XL     | 110   | 100         | 95                 |
| 2XL     | 116   | 102         | 101                |
| 3XL     | 122   | 104         | 107                |
| 4XL     | 128   | 106         | 113                |

\*Esses dados foram obtidos com a medição manual do produto, as medições podem mudar 1-2 cm.

Figura 7: comparativo nas tabelas de medidas *Noiva no Civil* (esquerda) e *Shein* (direita)

## Modelo Adaptado Shein

Comprar moda on-line oferece a possibilidade de maior variedade de produtos à nossa escolha, porém traz algumas desvantagens: a demora no envio e recebimento do produto, é uma delas. O vestido comprado na *Shein* levou quase 2 meses para chegar ao Brasil, pois sua procedência era a China. Comprado no começo de abril de 2023, chegou ao final de maio, cerca de três semanas antes da data do casamento.

Além disso, o vestido que custou um pouco mais de R\$ 300, foi taxado ao chegar ao Brasil, gerando a importância de mais R\$ 150 a pagar. De todo modo, o custo do vestido ficou infinitamente inferior se comparado ao custo de um vestido produzido do zero e sob medida. Conforme pesquisas realizadas e orçamentos, um vestido de noiva no Brasil pode ter o seu preço fixado a partir de R\$ 3000,00.

Ter comprado um número bem maior do que o necessário, permitiu que todos os ajustes pudessem ser realizados com maior tranquilidade e com sobras de tecido que puderam ser manuseadas mais facilmente, de modo a respeitar as curvas do meu corpo e suas particularidades.

Foram ajustadas as mangas e o busto, bem como a cintura e as costas do vestido. Os

ajustes foram realizados em Igrejinha-RS, 4 dias antes do casamento ser realizado: viajei para o sul dia 06 de junho pela manhã, fui direto até a modista levar o vestido, ela o ajustou e compareci a 3 provas de roupas entre os dias 06 e 08 de junho, sendo que dia 09 de junho estava voando para São Paulo, para celebrar meu casamento.



Figura 8: Martina com seu vestido ajustado

### Considerações Finais

Se tivessem me perguntado há 1 ano atrás se eu compraria meu vestido de noiva na *Shein*, eu diria que não. De fato, esta foi minha primeira e única compra no *e-commerce*. Existem muitos fatores problemáticos envolvidos em compras on-line destes grandes conglomerados de *fast fashion* e isso é público e notório: mão de obra mal remunerada, muitos casos de exploração e trabalho análogo à escravidão, bem como uso de matérias primas de baixa qualidade. Hoje, olhando para todos os processos de busca por modelos de vestidos para noivas gordas, percebo que se não fosse por este modelo comprado na *Shein* ter sido tão bem ajustado ao meu corpo pelas mãos de minha modista, esta mulher gorda recém casada que vos escreve não teria casado se sentindo tão bonita. Existe, então, a quebra de um “preconceito” que eu tinha em relação à *Shein*, também.

É importante reforçar a importância de ficarmos atentos ao que compramos e quem

produz as roupas que adquirimos. O vestido adquirido chegou em ótima matéria prima e acabamento. Quando o levei até a modista, ela ficou surpresa com a sua qualidade, pois segundo ela “isso não é comum nestes produtos importados”.

A respeito das poucas informações que são disponibilizadas nos *e-commerces*, constata-se que realmente tal escassez dificulta o processo de decisão durante o ato da compra. Da mesma forma, as discrepâncias encontradas nas medidas das tabelas de tamanhos das roupas voltadas ao segmento *plus size*, dão margens a mais desafios para corpos gordos encontrarem roupas que os façam sentir-se bem.

Em relação aos algoritmos do Google e aos resultados das buscas realizadas, conforme diz Noble (2021), ter mergulhado na mecânica por trás dos resultados de busca do Google durante seus 10 anos de estudos, a fez perceber que o mesmo mecanismo nocivo por trás do mecanismo de busca do Google, está presente também em outras plataformas como *Facebook* e *Instagram*. Desta forma, todas as plataformas sociais estão sob efeito de um ou mais algoritmos e mesmo a pesquisa de Noble tendo tratado do recorte do preconceito racial e da apologia ao crime de pornografia contra meninas negras, demonstramos aqui neste estudo que sua pesquisa pode ser utilizada como embasamento de análise às buscas por mulheres gordas na internet, também.

Sobre as questões relacionadas à identidade e ao deslocamento de identidade que senti durante todo o processo compreendido no período de fevereiro de 2023 até a data do meu casamento, posso dizer que vivi um misto de sentimentos. A magia e beleza desta data tão bonita e significativa para mim, meu esposo e nossos familiares, compartilhou espaço com incertezas e angústias. Para mulheres, sejam estas gordas ou não, o ato de viver e de resistir em um mundo machista e misógino, é avassalador. Somos atravessadas diariamente pelos mais diversos tipos de preconceitos, julgamentos e percepções. Nosso corpo, nossa conduta, nosso modo de ser, ver o mundo e o modo como nos posicionamos perante a ele, sempre são motivos de julgamentos múltiplos. Nas palavras de Stuart Hall (2006, p.11):

A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o "interior" e o "exterior"- entre o mundo pessoal e o mundo público. O fato de que projetamos a "nós nessas identidades culturais, ao mesmo tempo que internalizamos seus significados e valores, tornando os "parte de nós", contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. A identidade, então, costura (ou, para usar uma metáfora médica, "sutura") o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis. Argumenta-se, entretanto, que são exatamente essas coisas que agora estão "mudando". O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais "lá fora" e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as "necessidades" objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente.

Como uma das maiores conclusões obtidas com este trabalho, tenho que é urgente a necessidade de olharmos a moda com olhos mais inclusivos e respeitosos, passando a enxergar mais a todos os corpos que fazem parte de seu ecossistema. Saio desde trabalho com a sensação ainda mais nítida de que é preciso ler e estudar mais pesquisadoras mulheres sobre este tema: mais Alianas, mais Anas Julias, mais Safiyas. Gordas ou magras, brancas ou pretas, altas ou baixas. Mulheres. Talvez assim, seja possível aprender a falar melhor sobre outras mulheres, rebatendo situações absurdas que acabaram tão prontamente naturalizadas em nossos cotidianos. Talvez assim, seja mais fácil reconhecer beleza e valor nos corpos femininos plurais. A noiva gorda, casou-se feliz: Martina, a mulher gorda recém casada, deseja que muitas outras mulheres-noivas-gordas possam sentir-se bem, bonitas, representadas e identificadas com o modo com o qual adornam seus corpos em datas comemorativas tão significativas quanto a de seus casamentos.

## Referências Bibliográficas

AIRES, Aliana. De Gorda A Plus Size: A Moda Do Tamanho Grande. 1. ed. [S. l.]: Estação das Letras e Cores Editora, 2019. 193 p.

BÜTTNER, A. J. Bem-estar no consumo de moda Plus Size. 2019. [180 f.]. Dissertação Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor — Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo. Disponível em: <https://tede2.espm.br/handle/tede/432?mode=full>

COSTA, Rogério. A noção de hábito em Espinosa e em Peirce. *Cognitio*, São Paulo, v.17,n.2,p.221236,jul./dez.2016

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. DP&A Editora, 2006, 102p.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 103-131

FORUM INSIDER. Modelo curvy e modelo plus size: você sabe a diferença? Acessado em 20 de maio de 2023. Disponível em: <https://www.foruminsider.com.br/modelo-curvy-e-modelo-plus-size-voce-sabe-a-diferenca>

Noiva no Civil. Site acessado em 20 de abril de 2023. Disponível em: <https://noivanocivil.com.br/vestidos-plus-size/>

NOBLE, Safiya Umoja. *Algoritmos da Opressão: Como os mecanismos de busca reforçam o racismo*. Santo André: Editora Rua do Sabão, 202. Santo André, 2021

REVISTA CLAUDIA. Criadora do blog Mulherão tem autoestima tamanho GG. 2010. Revista Claudia, editora Abril. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/sua-vida/criadora-do-blog-mulherao-tem-autoestima-tamanho-gg/>. Acesso em: 5 junho de 2023

SHEIN. Site acessado em 15 de abril de 2023. Disponível em: <https://br.shein.com/>

SEBRAE. Nichos de mercado: moda plus size. 2015. Disponível em:  
<https://respostas.sebrae.com.br/nichosde-mercado-moda-plus-size/>. Acesso em: 17 de maio de 2023