

O corpo e suas representações estéticas no campo da moda¹

Larissa Delgado Bueno da SILVA²
Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

RESUMO

As políticas do corpo sempre se manifestaram por intermédio de critérios estéticos-formais, mas atuaram para além deles e, em diversas ocasiões, funcionaram como demarcadores de hierarquia. Hoje percebem-se mudanças cada vez mais intensas no que diz respeito a estética corporal, principalmente em suas relações com a indústria da moda. Dessa forma, questionou-se: “de que maneira as interseccionalidades entre corpo, estética e moda atuam na contemporaneidade?” Como metodologia, optou-se pela pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa. Os resultados do estudo indicaram que a moda, que sempre utilizou da corporeidade como vitrine para suas criações, não se limita mais a sugestões implícitas acerca de valores simbólicos, mas comercializa o próprio corpo como objeto de tendência com características efêmeras, padronizadas e excludentes.

PALAVRAS-CHAVE: corpo; estética; moda; comunicação.

INTRODUÇÃO

As políticas do corpo sempre se manifestaram por intermédio de critérios estéticos-formais, mas atuaram para além deles e, em diversas ocasiões, funcionaram como demarcadores de hierarquia entre sociedades distintas. A idealização do belo ocupa lugar de destaque no imaginário social e mantém sua marca no âmbito das produções artísticas e culturais. Por sua associação a elementos considerados visualmente harmônicos, a beleza é comumente relacionada a algo bom e, desse modo, caminha em consonância com valores historicamente estabilizados. Nesse sentido, “parece que aquilo que é belo, é igual aquilo que é bom e, de fato, em diversas épocas históricas criou-se um laço estreito entre o belo e o bom” (ECO, 2004, p.9).

Em contrapartida, a compreensão estética do “feio” povoa o imaginário coletivo com uma multiplicidade de termos negativos, que perpassam do desforme ao esdrúxulo. Contudo, a despeito da frequente associação ao indesejável, sua discussão não se limita a

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidade, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação da UEL, e-mail: larissa.buenodelgado@gmail.com

aspectos puramente materiais e aflora sobre discursos de classe, gênero e raça. Tanto a concepção de feiura, quanto a de beleza, são influenciadas pelos princípios morais que regem os domínios em que se inserem e é nesse viés que articulações históricas sobre a estética como construção social se impulsionam (POP E WIDRICH, 2014). Nela, o feio, o belo e os discursos aos quais pertencem, em conjunto aos sujeitos aos quais são direcionados, atuam como mecanismo de controle e mutam com as estruturas ideológicas que lhes dão origem.

Nessa perspectiva, a evolução da indumentária acompanhou inúmeras transformações temporais e atuou como produto de seu tempo enquanto, paralelamente, reforçava ideais estéticos impregnados de códigos e valores. Como objeto de estudo, o vestuário por si só pode ser considerado um fenômeno completo, pois para além de seu discurso histórico, econômico, etnológico e tecnológico, “também tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação, isto é, um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam sua posição no mundo e sua relação com ele” (CALANCA, 2011, p.16). A importância que se atribui à roupa indica a forte relação entre sujeito e sociedade, sobretudo pelo uso da corporeidade como entrelaçamento entre o social e o individual.

Hoje, no entanto, percebem-se mudanças cada vez mais intensas no que diz respeito as interseccionalidades que se ligam às questões estéticas, corporais e a indústria da moda. O apagamento das fronteiras entre arte, entretenimento e vida cotidiana são as principais características da pós modernidade. Resultado da estetização diária, a performance se torna parte integrante da rotina e, supostamente, confere sentido e possibilidade de auto expressão. O despotismo da moda, porém, incluiu um novo território: o corpo. Uma vez que a efemeridade da roupa deixou de ser suficientemente individualizante, é ele quem passa a receber grande investimento e trabalhar em conjunto com o fetichismo da vestimenta a fim de homogeneizar costumes (LIPOVETSKY E SERROY, 2015).

Os cuidados com a aparência humana atingem seu auge comercial no século XXI, como verdadeiro objeto mutável, voltado puramente à satisfação do meio. Através da moda, as tendências vão para além de suas ramificações no *design* e buscam prever, inclusive, qual será a próxima silhueta em voga nas clínicas de cirurgias plásticas, nas passarelas, nos editoriais e demais mercados de influência. Apesar das supostas liberdades que sua democratização proporcionou, a moda segue atuando, portanto, como

instrumento de sujeição de corpos. Dessa forma, questionou-se como problema de pesquisa: “de que maneira as interseccionalidades entre corpo, estética e moda atuam na contemporaneidade?”. O objetivo geral desse estudo foi o de analisar as novas relações entre corpo, ideais estéticos e a indústria da moda na pós modernidade.

Justifica-se a pertinência da temática por considerar que, a despeito das inúmeras mudanças proporcionadas pela nova ascensão dos movimentos sociais, onde passou-se a colocar diferentes atores em evidência, a moda segue atuando nos ditames da estética e privilegiando padrões pré-estabelecidos. Os princípios do belo ainda sustentam e dão referências no que tange a constituição dos papéis físicos, binários e comportamentais de gênero (BARBOSA, MATOS E COSTA, 2011). Concomitantemente, a moda mascara intenções ao apropriar-se das demandas mercadológicas e usurpa o que antes era considerado feio ou desagradável até onde lhe convém. A rejeição “natural” ao indesejável, todavia, não deve impedir os debates que o mesmo carrega sobre cultura, sociedade e política (POP E WIDRICH, 2014).

Przybylo e Rodrigues (2018, p. 4), ressaltam a necessidade de compreender as reais facetas que dominam os imaginários estéticos e suas ramificações, pois, ao sugerir que os princípios do belo e do feio atuam apenas como duas faces antagônicas, acaba-se por insinuar que “as duas qualidades são propriedades da visão. Tal visão tende a naturalizar a feiura como propriedade de objetos, pessoas, lugares”. Ao aludir concepções estéticas como inerentes ao indivíduo, essa perspectiva contribui para a marginalização de sujeitos que não estão contemplados nos ideais vigentes. Apesar de sua evidente relação com a moda, no entanto, os estudos relativos à estética e ao corpo tendem a ignorar o vestuário enquanto agentes ativos nas mudanças de percepção sobre o assunto. Para Castro (2008, p.14):

Do mesmo modo, a literatura existente sobre o corpo não leva em conta a forma como a moda se manifesta sobre o mesmo, trabalhando o corpo textual ou discursivo e não o corpo vivo e atuante, que experiencia as práticas do vestir. Mesmo no clássico ensaio sobre as técnicas do corpo, em que Mauss chama a atenção para as possibilidades diversas de usos do corpo na vida cotidiana em diferentes sociedades, não há referência alguma ao papel assumido pelo revestimento - seja por adornos, pinturas, escarificações ou tecidos – do corpo nu.

A relação entre moda e corporeidade, portanto, é indissociável, não apenas porque são dependentes entre si para a manutenção da organização coletiva, mas porque ambos

se apropriaram simbioticamente de suas materialidades a fim de construir uma produção de sentido humana. As transformações sofridas pelo sistema produtivo, especialmente após a Revolução Industrial, adulteraram essa relação. De maneira parasitária, a corporeidade humana é agora apropriada pelo sistema de moda para continuar impulsionando concepções ideológicas. Pretende-se nessa pesquisa, contribuir para a investigação teórica sobre as vinculações estéticas do vestir e suas implicações corporais. A ampliação do debate permite novos olhares e proposições frente a hegemonia visual, sobretudo nas mídias digitais e afins.

Como metodologia, optou-se pela pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa. Gil (2002, p.44-45), ressalta que esse tipo de estudo, proporciona ao pesquisador a ampliação do repertório do conhecimento teórico, pois é desenvolvida “com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas”. Em conformidade, Lakatos e Marconi (2011), entendem que o levantamento bibliográfico possibilita ao pesquisador conhecer a perspectiva de diferentes autores que se debruçaram sobre a temática em questão, tendo como finalidade contribuir para sua formação tanto pessoal, quanto social.

CULTURA VISUAL, CORPOREIDADE E ESTÉTICA: O PAPEL DA MODA NAS LUTAS E FETICHIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

A reprodução imagética do corpo atinge a todo e qualquer espaço na atualidade. Para além das artes tradicionais, é agora propagada pela fotografia, cinema, televisão e, principalmente, pela internet. Apesar das convenções coletivas terem suas particularidades em cada sociedade, ao especificar determinados atributos em detrimento de outros, “surgem, então, os padrões de beleza, de sensualidade, de saúde, de postura, que dão referências aos indivíduos para se construírem como homens e como mulheres” (Barbosa, Matos e Costa, 2011, p. 24). A verdade, porém, é que o fascínio produzido pela estética da imagem aparece documentada desde os tempos mais remotos. Embora o corpo tenha sofrido mudanças biológicas ínfimas, as transformações em sua representação mimética demonstram os novos olhares da auto concepção humana (WULF, 2013).

Ainda que o culto à corporeidade não se caracterize enquanto fenômeno recente, desde o século XX sua prática vem sofrendo mudanças aceleradas nas designações formais que impõe coletivamente. Em termos de vestuário, o decorrer dos anos de 1900 foi marcado pela flexibilização das peças de roupas, embora cada etapa do processo de desnudamento não tenha ocorrido livre de protestos (CASTRO, 2008). Porém, embora se multipliquem revistas e sites e que o interesse pela identidade visual ocorra sem limite social ou geracional, a moda vestuária perdeu a centralidade e preeminência que tinha nos meios aristocráticos. O crescimento da preocupação com a estética corporal, consolidada a partir da década de 1980, está diretamente ligada a própria história da roupa, que espelha os imaginários sociais de todo um período.

De fato, os cânones modernos da beleza, bem como os ideais estéticos que perpassam as camadas sociais, só se tornaram possíveis graças ao imbricamento entre a industrialização de cosméticos, que permitiu a difusão de práticas de ornamentação, com a comunicação simbólica propagada pelo cinema, publicidade, moda (LIPOVETSKY E SERROY, 2015). Na cultura visual, as representações imagéticas, principalmente as internas, assumiram novos significados. Por intermédio das mídias, elas penetram e influenciam em todos os campos da vida humana. O mercado da perfeição teve avanço considerável em suas práticas e valores, não só no aumento do número de seus produtos, mas também na popularização de intervenções cirúrgicas e de instituições de emagrecimento e rejuvenescimento.

Wulf (2013) infere que as imagens interiores de um sujeito são determinadas pelo imaginário coletivo de seu grupo. Processos como os de educação e socialização, por exemplo, transmitem milhares de modelos para direcionamento comportamental. Cada cultura gera imagens orientadoras fortes, que influenciam nas ações individuais e, em sua maioria, as alegorias de beleza foram cultuadas com adoração, ao mesmo tempo em que algo considerado “feito” permanecia discriminado no campo comunicativo (ECO, 2004). Ainda que o olhar esteja ligado a subjetividade, o mesmo não deixa de ser produto das concepções universais presentes em seu meio. As manifestações culturais atuam pela junção das dimensões simbólicas e materiais, onde os corpos e suas alegorias são utilizados de maneira particular, visando objetivos diferentes.

Nesse sentido, as reproduções eletrônicas possibilitaram a experiência do mundo como imagem, em uma velocidade que contribui para a dissolução de relações interpessoais e uma organização social de aparências, que esvaziam o real (WULF, 2013).

Especialmente na época atual, com a estabilização das mídias digitais, todos os conteúdos se transformam em repetições imagéticas. A nova centralidade assumida pelo corpo, portanto, pode ser compreendida enquanto resposta a instabilidade que permeia a vida social e forja diferentes obsessões na construção das aparências (CASTRO, 2008). Do campo político ao social, todas as áreas de interação se encontram estetizadas, tornando-se difícil a distinção entre arte, fantasia e realidade.

Na medida que o corpo se configura enquanto espaço cultural capaz de projetar símbolos e códigos identitários, seu valor define-se nas divisões de classe, gênero e idade, enquanto uma construção da aparência acaba por ser dependente de aspectos extra corpóreos, que perpassam posturas, adornos e indumentaria (CASTRO, 2008). Por isso, em um sistema marcado pela multiplicidade de escolhas, todos tornam-se *designers* de si. Tal liberdade, no entanto, não inibe que haja um modelo prototizado para guiar a exata aparência a se seguir. Transformações concatenadas ampliaram a necessidade de signos que sobrevivam à obsolescência e expressem a singularidade humana. É assim que as mudanças corporais se estabilizam como mecanismos de individualidade, capazes de sobreviver a efemeridade que uma peça de roupa possui.

Apesar de o século XIV ser considerado como período oficial de surgimento da moda, anteriormente, as leis suntuárias já buscavam exercer controle sobre o vestuário e o uso de ornamentos, limitando-os conforme classe social. Enquanto sistema, a moda procurou, em diversos momentos, controlar e até mesmo se opor a manifestações particulares dos indivíduos sobre seus corpos. Esse comportamento não ocorre ao acaso, pois “os novos estilos e formas abrem caminho não somente a novas roupas, mas, sobretudo, a um novo modo de conceber a vida, a religião, a ética (CALANCA, 2011, p.46)”. Em sua historicidade, muitas foram as vezes em que a indumentária e seu uso serviram como palco de confronto para gerações distintas e considerada, assim, como símbolo da decadência dos costumes.

Nessa direção, portanto, as roupas, os objetos com os quais cobrimos o corpo, são as formas pelas quais os corpos entram em relação entre si e com o mundo externo. O corpo revestido pode ser considerado, substancialmente, uma “figura” que exprime os modos pelos quais o sujeito entra em relação com o mundo. (CALANCA, 2011, p. 17)

Paralelamente, a mídia explorou seu papel de instância socializadora ao mediar as relações entre sujeitos e sociedades. O alavancamento de pautas que englobam os movimentos negro, LGBTQIA+, feminista e outros, permitiram que diferentes discussões

chegassem, posteriormente, à imprensa hegemônica. Nas últimas décadas, como oposição aos discursos excludentes que ainda regem a contemporaneidade, um conjunto de ações deliberadas passaram a integrar os chamados “novos movimentos sociais”. Apesar das diferenciações em seus processos de surgimento e conseqüente trajetória, existem também convenções e interseccionalidades que os unem em sua busca por direitos civis e tratamento igualitário.

Com questionamentos que não se limitam à política, debates sobre práticas que marginalizam etnias, identidades de gênero, sexualidade e corpos despadronizados ganharam protagonismo nos debates populares. A baixa representatividade que os indivíduos pertencentes a esses grupos recebem, a despeito de sua contribuição ativa no mercado e na sociedade, tornou-se uma das principais demandas a respingar nas indústrias culturais de todo o mundo. Enquanto indústria, a moda se apropria de comportamentos e manifestações artísticas de diferentes núcleos socioeconômicos. O crédito à suas tendências, no entanto, tende a ficar restrito a marcas e designers de renome, uma vez que, em um passado não tão distante, era a *haute couture* quem dominava de forma unidimensional a estabilização de estéticas.

Se os vários olhares sobre as imagens e os indivíduos estão relacionados a subjetividade humana e, sua combinação a fatores externos são necessários para a concepção do imaginário coletivo (WULF, 2013), a ascensão das novas exigências sociais rapidamente se transformou em demanda mercadológica. É necessário compreender que em uma sociedade acelerada, o hiperconsumo em voga, juntamente com o estabelecimento de relações superficiais são exemplos de que “o que desencadeia um processo de reapropriação do corpo é a insatisfação gerada por estilos de vida considerados cada vez mais inumanos, que deixam pouco espaço ao jogo, à criatividade e ao puro sentir do corpo” (CALANCA, 2011, p.197).

Dentre as novas reivindicações, o movimento *body positive*, que exalta a diversidade de corpos de maneira totalitária, abrangendo raça, idade, peso, gênero e deficiências, teve grande influência no aparecimento de novos atores em peças publicitárias. Não se deve esquecer, no entanto, que independentemente da profusão de exigências e de ações políticas e culturais, é o capital que determina as práticas e preferências dos consumidores (LIPOVETSY E SERROY, 2015). Portanto, ao mesmo tempo em que corpos trans, negros e gordos começaram a receber visibilidade, o *brazilian*

butt lift, ou BBL, ascendeu, impulsionado por personalidades da mídia, como o clã Kardashian, que exibiam finas cinturas esculpidas em meio à quadris e bustos largos.

O BBL, é interessante notar, se aproveitou em muito do clamor por “corpos reais”, justamente por se contrapor a estética da extrema magreza que compunha o *heroin chic*. Entre as décadas 1990 e a primeira década de 2000, um dos *looks* mais proeminentes nas passarelas e em editoriais de moda buscava emular a aparência de um usuário de heroína, de maneira “glamurosa”. Pele empalidecida, cabelos oleosos, olheiras roxas, magreza extrema e olhar opaco eram suas principais características. Mas o *brazilian butt lift*, que atingiu seu ápice em meados da década de 2010, também se mostrou tão inalcançável quanto seu predecessor. Sua silhueta modelada a partir do enxerto de gordura lipoaspirada, apesar de amplificada nos quadris, também privilegia formas padronizadas e barrigas chapadas.

Ainda assim, a parcial aceitação das demandas sobre representatividade em conjunto com a popularização de um modelo corpóreo com aspectos fisiológicos mais “saudáveis” entre as celebridades, trouxe indagações sobre um possível fim da tirania estética. Sobre essa questão, Lipovetsky e Serroy (2015) explicam que, na realidade, quanto mais a autonomia individual é reivindicada, mais as servidões da aparência corporal intensificam a exigência de conformidade ao modelo social jovem e esbelto. Isso porque, apesar da variabilidade de escolhas pessoais serem as maiores historicamente, o corpo, afirmam os autores, nunca esteve tão submetido a uma norma homogênea e injuntiva.

E amanhã? Alguns anunciam o recuo ou desaparecimento próximo desse modelo despótico de beleza, antinômico à valorização da diferença, do pluralismo e da singularidade individual. [...]. Deve-se então falar do colapso dos estereótipos de beleza ideal, do fim do culto da juventude e do voluntarismo estético? Nada menos certo. Será necessário lembrar que essa exigência de tolerância é relativamente velha? O slogan ‘*Fat is beautiful*’ se afirmou nos anos 1970, mas seu sucesso simbólico não se traduziu nos fatos. Meio século depois, é mais do que nunca a magreza que, de fato, se impõe como ideal estético em todo o globo. (LIPOVETSKY E SERROY, 2015, p.351)

De fato, em 2023, muitas das mudanças que pareciam indicar um progresso em relação a ao protagonismo de diferentes corpos estão sendo extintas. Matérias acusando volta da extrema magreza, como “*Why did Ultrathin Models Make a Comeback at Fashion Week?*”, do New York Times, apontam a queda de quase um quarto na contratação de modelos de tamanhos medianos e grandes na semana de moda de Paris.

Para a Vogue, já no final de 2022, Marielle Elizabeth questionou “*Is My Body About to Go Out of Style?*”, comentando sobre a retirada de linhas *plus-sizes* do mercado, bem como a desintegração de parte do progresso realizado na última década. Na edição inglesa da revista, Yomi Adegoke também perguntou, “*When Will We Stop Reducing Women’s Body Types To Trends?*”, e pontuou como corpos curvilíneos já eram padrão de beleza em culturas não brancas e como sua redução a meras tendências, como o BBL, é problemática.

Em conjunto, a volta escancarada da fetichização à ultra magreza também pode ser visto no retorno de manchetes sobre celebridades perdendo grandes quantidades de peso para eventos, como o MET Gala, ou nas próprias reversões que as cirurgias de aumento de quadril e busto vem sofrendo, em geral, por questões estéticas. Alçar, mais uma vez, as diferentes corporeidades à margem do imaginário coletivo, confirma como os espaços e as temporalidades são organizados para expurgar corpos considerados indesejáveis ou “feios” (PRYZBYLO E RODRIGUES, 2018). Tal concepção acaba por categorizar grandes parcelas demográficas como indignas de serem vistas, uma imagem cruel, mas que não se apresenta como nova, pois, no passado, indivíduos que não se adequassem às normas sociais já foram suprimidos dos debates culturais e políticos.

Assim, compreende-se que o caráter excludente e opressivo que a sensibilidade estética dominante possui é, por fim, a grande responsável pela hostilidade que corpos gordos, racializados, LGBTQIA+ e PCDs sempre enfrentaram e seguem lutando contra. A efemeridade inerente ao capitalismo selvagem impulsiona a construção de presenças e questões de representatividade conforme a demanda, mas nunca deixa de promover os valores nos quais realmente acredita: da jovialidade, da branquitude e da magreza. Embora a ornamentação faça parte da construção humana, a obsessão atual com a aparência está mais relacionada a fabricação de uma identidade visual em um contexto marcado por efemeridades e organizações coletivas complexas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O corpo, como meio de comunicação, representa a cultura e seu mundo simbólico, em um processo consequente da padronização do olhar, que leva os indivíduos à expropriação de signos frente as imagens do cotidiano. A era da tecnologia, ao colocar em xeque a existência do real, utiliza-se de novas referências estéticas e parece se

contrapor justamente aos princípios estéticos dominantes quando, na realidade, os segue propagando. Independentemente do peso identitário que o feio ou o belo carregam, a lógica do mercado, que é indissociável de qualquer vertente das artes, do design e da moda, se volta para a necessidade de consumo resultante da homogeneização produtiva.

Tal lógica infere que a produção de sentido atual é responsável pela diminuição significativa nas vivências e, sobretudo, nas trocas do homem moderno. Percebe-se que os indivíduos aprendem a classificar seus corpos por intermédio da interação com seu meio e, por isso, sua imagem corporal é continuamente reavaliada no decorrer da vida. É nessa perspectiva que as interseccionalidades entre moda, corpo e estética operam. A moda, que sempre utilizou da corporeidade como vitrine para suas criações, não se limita mais a sugestões implícitas acerca de valores simbólicos, mas coloca agora o próprio corpo como objeto de tendência com mudanças tão efêmeras quanto as cores e formas da estação.

Conclui-se, dessa forma, que as distinções culturais idealizadas em corpos “belos” ou “feios” e os discursos aos quais eles pertencem, em conjunto aos indivíduos ao quais são direcionados, atuam como mecanismo de controle ao se adaptarem às estruturas ideológicas que lhes dão origem. Utilizando-se da liberdade individual como subterfúgio, normas sociais discriminatórias continuam sendo disseminadas para hierarquização entre sujeitos. Apesar de possuir em seu cerne momentos de contra cultura, é importante ressaltar como a indústria da moda também está diretamente associada a manutenção de valores pré-estabelecidos. Por isso, a despeito das transformações discutidas é o corpo magro e branco que segue como representação máxima do mercado de luxo promovido pela alta costura.

REFERÊNCIAS

ADEGOKE, Yomi. **VOGUE UK**, 2022. When Will We Stop Reducing Women’s Body Types To Trends? Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/article/reducing-womens-body-types-to-trends>. Acesso em: 27 de julho de 2023.

BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA Maria Emilia. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Revista Psicologia & Sociedade**; 23 (1): 24-34, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/WstTrSKFNy7tzvSyMpqfWjz/abstract/?lang=pt>. Acesso: 02 de junho de 2023.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

ECO, Humberto. **História da beleza**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.

Elizabeth, Marielle. **Vogue**, 2022. Is My Body About to Go Out of Style? Disponível em: <https://www.vogue.com/article/size-inclusivity-fashion-week-is-my-body-about-to-go-out-of-style>. Acesso em: 30 de julho de 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

PATON, Elizabeth. **The New York Times**, 2023. Why Did Ultrathin Models Make a Comeback at Fashion Week? Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/03/11/fashion/why-did-ultrathin-models-make-a-comeback-at-fashion-week.html>. Acesso em: 27 de julho de 2023.

POP, Andrei; WIDRICH, Mechtild. **Ugliness: the non-beautiful in art and theory**. Nova York: I.B.Tauris & Co, 2014.

PRZYBYLO, Ela; RODRIGUES, Sara. **On the politics of ugliness**. Cham: Palgrave Mcmillan, 2018.

WULF, Christoph. **Homo Pictor: imaginação, ritual e aprendizado mimético no mundo globalizado**. São Paulo: Hedra, 2013.