
AESTHETICS GIRLS: uma abordagem interseccional nas culturas juvenis contemporâneas através do Pinterest¹

Amanda Maria de Sobral GOMES²
Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O artigo propõe a análise do fenômeno das *aesthetics girls* com a perspectiva interseccional. É feita a fundamentação teórica sobre os conceitos de cultura, subcultura e *aesthetics*, explorando as condições e motivações para os seus surgimentos. O foco são as identidades juvenis pós-modernas, bem como o impacto da pandemia de Covid-19, que intensificou o fenômeno das *aesthetics*, entendidas como manifestações visuais de sentimentos e hiperconsumo. A metodologia busca analisar 18 imagens observando quais corpos são apresentados por meio da ferramenta de busca do Pinterest. Como principais resultados, foi possível notar uma grande presença de corpos brancos, magros e dentro do que foi socialmente construído como feminino.

Palavras-Chave: *aesthetics*; *aesthetics girls*; culturas juvenis; Pinterest; subculturas.

Introdução

O artigo busca fazer uma análise acerca do fenômeno das *aesthetics girls*, observando quais corpos estão em foco nos resultados de buscas da rede social de imagens e vídeo, Pinterest. Guiada pela pergunta: *quais são os principais corpos apresentados no Pinterest ao pesquisar por aesthetics?*, proponho fazer uma análise interseccional sobre o tema. Para isso, será feita uma revisão teórica sobre os conceitos de cultura, subcultura, tribos urbanas, *aesthetic* e interseccionalidade. O objetivo é observar como o processo de construção e expressão de identidades de jovens surgiu e foi se desenvolvendo ao longo dos anos. Por isso, é feita uma reflexão sobre as culturas e seus desdobramentos, considerando discussões sobre racismo e sexismo. Sobre as *aesthetics*, serão observadas o cenário mundial que impulsionou a sua popularização, tendo a pandemia de Covid-19 como um dos principais motivadores. Como metodologia, foi feito um levantamento das *aesthetics* mais relevantes no Brasil em 2021 – ano marcado pelo distanciamento social devido a pandemia –, chegando nas seguintes *aesthetics*: *Cottagecore*, *Kidcore* e *Witchcore*. A partir disso, por meio de uma página de visitante, foi feita a busca pelas estéticas no Pinterest e selecionada seis fotos

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico, 24º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social pela UFMG, com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES). Bacharel em Jornalismo pela UFMG. E-mail: amandamaria.amsg@gmail.com.

de cada uma, que tivessem pessoas, para analisar os resultados apresentados pela plataforma. Como principais resultados da pesquisa, é possível notar a presença de corpos brancos, magros e com itens socialmente construídos como femininos. Pessoas que fogem desse padrão são minoria ou ausentes. Assim, o trabalho traz resultados relevantes para a comunicação, pois, além de tratar de um fenômeno atual, o faz com uma perspectiva interseccional, que traz maior complexidade para as análises ao olhar para as diferentes opressões interseccionais e realidades plurais.

Culturas, Identidades, Subculturas e Contraculturas

O termo *cultura*, do latim *colere*, possui como etimologia o cultivo de animais e plantações para a subsistência de sociedades agrícolas. A partir de obras como de Raymond Williams (1958; 1962), a cultura pode ser entendida de duas formas: um modo de vida global ou, atividades artísticas e intelectuais. A cultura possui um *sistema de significações*, no qual “[...] ‘uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada.’ Ou seja: a cultura remete ao campo das significações e representações, o que não pode ser pensado fora de sua inserção nas demais esferas da vida social” (França *et al.*, 2015, p. 109). Apesar disso, mesmo antes da utilização e conceitualização do termo, as pessoas do mundo já tinham curiosidade sobre os diferentes hábitos das diversas sociedades, surgindo e sendo propagadas teorias, principalmente na Europa Ocidental, durante o período iluminista (Laraia, 2001; Santos, 2022). Dentre as teorias, o *determinismo biológico*, que tinha a premissa de que certas capacidades são biologicamente atribuídas a raças ou grupos de seres humanos específicos, impulsionando a classificação e hierarquização das pessoas do mundo com base em seu fenótipo e origem, onde o homem cisgênero, branco, europeu e cristão estava no topo; e o *determinismo geográfico*, no qual acreditava-se que as diferenças culturais e biológicas ocorriam devido ao ambiente físico que condicionava um determinado grupo de pessoas e, logo, pessoas que habitassem ambientes semelhantes, independente da localização no planeta, desenvolveriam os mesmo hábitos e, não seriam capazes de criar outros. Nessas teorias, a régua para medir as culturas do mundo era europeia, cristã, cisgênero, heterossexual e branca, que colocava as pessoas das mais diversas etnias como o *Outro racializado* (Hall, 2016), afirmando a supremacia branca ao se intitularem como o progresso.

Para superar esse pensamento racista, é importante reconhecer e reafirmar que existem culturas, ao invés de uma única cultura considerada a mais correta (França *et al.*, 2015). Além disso, as pessoas participam de maneiras diferentes em suas próprias culturas, sendo o gênero e idade um dos principais determinantes, pois é impossível um único indivíduo participar de tudo. Um processo de *socialização* adequado à cultura vigente ajuda no ajuste social e na convivência em grupo (Laraia, 2001). Assim, as culturas não são cristalizadas e sim, constantemente modificadas e/ou reforçadas. E dentro das culturas existem subculturas, contraculturas, entre outras formas de vivências que subvertem a *cultura hegemônica*, ou *dominante*³.

Com um mundo globalizado e moderno desenvolveu indivíduos com *identidades* novas e fragmentadas e, não mais identidades coletivas, marcadas por gênero, classe, etnia, raça, sexualidade e nacionalidade, que localizavam as pessoas como indivíduos sociais. Hall (2003) propõe três concepções de identidade: o *sujeito do Iluminismo*, unificado, centrado, racional, masculino e sólido, permanecendo com a mesma essência ao longo da vida; o *sujeito sociológico*, que vivencia a complexidade do modernismo, sendo afetado pela relação com outras pessoas, havendo a partilha cultural e sendo modificado a partir do diálogo contínuo com o outro, existindo conflitos e negociações; e o *sujeito pós-moderno* já não possui uma identidade real, essencial ou permanente, porque ela é formada e transformada a todo momento de forma histórica e cultural e, não mais biológica, não sendo unificado ou coerente, sendo possível trocar a identidade temporariamente para cumprir os diversos papéis sociais. A globalização foi um dos principais motivos para gerar sociedades em constantes mudanças. Com o avanço tecnológico, houve a distorção da noção de espaço-tempo, criando novas formas de interação e alterando as identidades dos indivíduos, já que diferentes mundos foram interconectados. A busca de identidade é considerada um problema moderno e ocidental pois, ao afirmar uma identidade, há a demarcação daquilo que *se é* e daquilo que *não se é*, uma separação entre *nós* e *eles*, criando fronteiras simbólicas e hierarquias. Isso ocorre devido às *oposições binárias*, onde existe a classificação do mundo em pares como homem/mulher, certo/errado,

³ A cultura dominante se representa como a cultura. Tenta definir e conter todas as outras culturas dentro do seu âmbito inclusivo. As suas visões do mundo, a menos que sejam desafiadas, permanecerão como a cultura mais natural, abrangente e universal. Outras configurações culturais não estarão apenas subordinadas a esta ordem dominante: entrarão em luta com ela, procurarão modificar, negociar, resistir ou mesmo derrubar o seu reinado – a sua hegemonia (Hall *et al.*, 2005, p. 6, tradução minha).

branco/preto, sendo categorias assimétricas, pois um dos polos é considerado superior. Assim, quem está no topo da hierarquia, marginaliza e exclui quem não está, pois “[...] o centro controla o código, os sistemas de significação, as regras do jogo” (Mendes, Silveira, Tavares, 2015, p. 154). Dentro da cultura hegemônica podem coexistir *culturas subordinadas* que compartilham aspectos em comum com a *cultura dominante*, sendo a classe social dos indivíduos um dos principais marcadores para a diferenciação, podendo coexistir, negociar e fazer incursões.

As *subculturas* podem ser entendidas como subconjuntos, uma parte de uma cultura, definidas como estruturas pequenas, localizadas e distintas. São marcadores de períodos históricos que surgem e desaparecem em momentos específicos, ou que perdem sua singularidade após serem amplamente difundidas. Isso ocorre porque as subculturas surgem como uma resposta a problemas de determinada sociedade. Com o fim da Segunda Guerra Mundial (1939-45), no contexto estadunidense e europeu, se iniciou uma reestruturação econômica, conhecido como o Estado de Bem-Estar Social, incentivando e garantindo o acesso ao consumo. Além disso, no período pós-guerra houve uma explosão de nascimentos, conhecida como *Baby Boom*, e envelhecimento da população. A adolescência e a juventude ganharam relevância socioeconômica, educacional e cultural, sendo os jovens um novo grupo social no início da inserção ao mercado de trabalho e à educação superior e, não apenas uma fase de transição entre a infância e a vida adulta (Goffman, Joy, 2007; Milani, 2023; Kipper, 2023). Os *hippies* foi um dos principais grupos a habitarem o imaginário social por serem popularizados nas mídias devido a ideologia que envolvia música, drogas e movimentos contras as guerras que ocorriam pelo mundo, como a do Vietnã (1955-1975). Essa subcultura era dominada “[...] pelos filhos da classe média branca [que] estava em grande parte enraizada nos estilos culturais e nas estratégias dos filhos afro-americanos dos escravos” (Goffman, Joy, 2007, p. 252). Embora os jovens brancos de classe média possuíssem o capital econômico, a presença negra era comum. Além disso, a subcultura *hippie* foi influenciada pela cultura afro-americana, principalmente pelos ritmos musicais e pela dança. Por essa forma de viver, a subcultura *hippie* é considerada uma *contracultura*, pois se relaciona a mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais e a renúncia à cultura hegemônica, ou dominante (Milani, 2023).

Enquanto isso, a difusão da juventude chegou a outros territórios para além do europeu e norte-americano. No Brasil, por exemplo, a educação da classe trabalhadora também passou a ser padronizada e de acordo com o regime militar vigente na época (1964-1985), sendo um período de opressão, violência, censura e reforço de crenças racistas e elitistas. A educação de classes baixas seria útil para a preparação de mão de obra para construir um país moderno e industrializado, mas o acesso ao ensino superior era dificultado por ser altamente elitizado (Santos, 2022). No final da década de 1960, a contracultura “histórica, radical e centrada na música” intitulada *Tropicália*, ou *Tropicalismo*, surgiu e ganhou força no território, em combate à ditadura militar (Goffman, Joy, 2007, p. 365). A Tropicália tinha influências de artes vanguardistas como o dadaísmo, o concretismo e, do movimento brasileiro chamado *Antropofagia*, que surgiu a partir do manifesto de Oswald de Andrade, no qual havia a busca da resolução de tensões do *colonialismo cultural* “o colonizado podia tirar partido da hibridização com o colonizador, e vice-versa” (*ibidem*). Ao longo das décadas seguintes, outras subculturas juvenis surgiram, coexistindo, desaparecendo ou resistindo através dos tempos e vale ressaltar que muitas surgiram na Europa ou Estados Unidos, mas que chegou em outras partes do mundo com os meios de comunicação tradicionais e, também, pela *internet*. Assim, as subculturas podem ser adaptadas a cada nação e sociedade. Muitas subculturas surgem, podem deixar de existir ou ressurgir com o tempo, recebendo novos elementos e novas intenções.

Tribos Urbanas e Aesthetics

Com o surgimento e avanço tecnológico, os modos de ser jovem foram se modificando, pois esse é um dos grupos que mais cria e se adapta rapidamente a novas tecnologias digitais, gerando mudanças sociais e tendências que podem ser massivas, mas também, passageiras e nichadas. Com a *internet* foi possível criar interações sociais e culturas *online*, por meio de *ciberespaços* e, conseqüentemente, criando *ciberculturas*, caracterizadas como um “ambiente simbólico onde as comunidades virtuais se constituem” (Lévy, 1999). Sendo assim, conceito de *tribos urbanas* pós-modernas surgiu a partir dos estudos de Michel Maffesoli (1987 *apud* Barbosa, Costa, Nunes, 2022, p. 213-214) sendo agrupamentos “[...] de pessoas que compartilham hábitos, valores culturais, estilos musicais e estéticas comuns”, muito comuns em centros urbanos, proporcionando a socialização de jovens em espaços físicos e digitais, através

de pontos de encontro nas grandes cidades ou, até mesmo, eventos destinados a esses públicos, como festivais de música e culturais.

Já a *aesthetic*, ou estéticas, vem do grego *aisthesis*, significando algo que é sensível, sensibilidade e sensação. A Estética pode ser entendida como a ciência ou estudo do Belo e da Arte, tendo seu início na Grécia antiga e ganhando mais força na Modernidade Europeia, expressando um sentimento para além da razão, que causa um deleite diante do Belo (Nunes, 1989). O conceito de Estética se relaciona à linguagem, onde expressões artísticas como, pintura, escultura, música, dança, moda, entre outros, são maneiras de expressar significados e modos de enxergar o mundo (Kipper, 2023).

Na pós-modernidade, caracterizada pelo mundo globalizado, fluido e individualista, ocorreu um processo que Hall (2003) chama de *homogeneização cultural*, principalmente quando se trata da cultura ocidental onde o que é diferente é entendido como exótico. Por isso, muitas pessoas buscam desenvolver uma identidade particular, que as destaca da multidão homogênea. A *hipervalorização da individualidade* ocorre principalmente através do *hiperconsumo de massa*, pois comprar não estava mais relacionado totalmente às necessidades fisiológicas, coletivas e familiares, mas unicamente no indivíduo. “Assim, a produção dos bens de consumo é norteada pelas vivências, preferências e sentimentos individuais” (Melo, 2023, p. 8). Assim, ao invés de um consumo massivo de um produto específico, há mercados de nicho que buscam atender a públicos específicos que compartilham gostos em comum, já que lançar macrotendências se tornou inviável. E pelo consumo ser grande e rápido, principalmente com as vendas *online*, há o fenômeno da *fast fashion* ou *ultra-fast-fashion*, caracterizado pela descartabilidade de roupas, o que se mostra um grande desafio para a sustentabilidade.

Marcas como a Shein adicionam mais de 1000 estilos novos a seu *site* por dia, baseados em dados de pesquisas e, claro, com grande foco nas tendências do momento. A grande questão é que, enquanto a tendência do momento pode durar 1, 2, ou até 6 meses no foco do público, essas roupas vão demorar até centenas de anos para se decompor se descartadas no ambiente ou em aterros (Assunção, 2023).

Com um mercado de nicho variado, maior variedade de plataformas de compras *online*, tanto nacionais quanto internacionais, e maior acesso a *internet* e redes sociais, começaram a surgir as *aesthetics*, por volta da década de 2010. O Tumblr era uma das redes sociais mais influentes para o movimento.

Elas manifestam imagens que superam os modos de vestir, e abrangem atividades cotidianas, formas de se relacionar com o meio social, a conduta de consumo e o mais importante, o *profile* virtual. [...] Não somente associa-se, mas gera uma relação mútua em que a necessidade de acompanhar as novas tendências é correspondida pela aceleração do processo efêmero, que igualmente atende à identidade da geração (Melo, 2023, p. 11).

Dessa maneira, as *aesthetics* são identidades visuais facilmente reconhecíveis e alcançáveis através do uso de elementos específicos na aparência. Geralmente, não se relacionam a um estilo musical específico, como no caso das subculturas e tribos urbanas, embora possam existir gostos e padrões de comportamento esperado ao utilizar cada *aesthetic*. As *aesthetics* são protagonizadas principalmente por garotas, chamadas de *aesthetics girls*. Apesar disso, podem existir variações masculinas das *aesthetics*, onde garotos fazem adaptações que se adequem ao seu gênero, com o uso de calças, pouca ou nenhuma maquiagem e exclusão de certos acessórios. Além disso, as *aesthetics* são extremamente fluidas, podendo uma única pessoa possuir diversas e alterá-las de acordo com a ocasião ou com o sentimento/humor do momento e, não sendo mais caracterizado como uma “fase”. A *aesthetic* é algo que se sente, mas também, que se consome rapidamente. Uma estética pode vir com sufixo *core*, também expressando uma estética ou gênero. Assim, o *core aesthetic*, ou estética central, representa um jeito de se vestir, sendo algo viral, pois basta uma única publicação para a tendência se espalhar e ser replicada (Assunção, 2023, Moretti, 2023, Marco Da Moda, 2022). Com os anos, as *aesthetics* foram ganhando cada vez mais força e espaço em redes sociais para além do Tumblr, sendo que no ano de 2020 (marcado pelo início da pandemia de Covid-19), ocorreu uma explosão de *aesthetics* principalmente através do TikTok. A plataforma foi um modo de adolescentes e jovens adultos(as) interagirem entre si, além de construírem, comprarem e exibirem suas identidades para outras pessoas, já que não era mais possível o fazer em espaços físicos para além de suas residências (Kennedy, 2020). A partir disso, surge a *aestheticization*, ou estetização, um processo social que “[...] busca produzir uma síntese entre arte, obras artísticas e atividades da vida cotidiana” (Dagalp, Hartmann, 2022, p. 2, tradução minha⁴), fazendo a junção complexa de culturas consideradas erudita e popular, de produções intelectuais e de prazeres sensoriais, além do hiperconsumo. Isso gera valor e beleza para identidades específicas. Portanto, as *aesthetics*, tendências, *cores* e a *aestheticization do*

⁴ No original: [...] seeks to produce a synthesis among art, artistic works, and daily life activities.

cotidiano se tornaram formas de auto-expressão jovem, que teve os processos de socialização comprometidos por uma pandemia que gerou o isolamento social, sendo o quarto o principal local.

Interseccionalidade

O termo *interseccionalidade* foi criado por Kimberlé Crenshaw, em 1989, para poder analisar casos de racismo e sexismo contra mulheres negras em casos jurídicos no ambiente de trabalho, nos quais foram observados que raça, classe e gênero não foram considerados, gerando invisibilização de opressões e discriminações contra o grupo. Desde então, a interseccionalidade passou a ser utilizada para fazer o cruzamento de opressões sofridas por mulheres negras, e por outros grupos sociais não-hegemônicos e/ou marginalizados, possibilitando perceber as vulnerabilidades, opressões e/ou privilégios (Akotirene, 2018; Collins, 2019, 2022; Corrêa, 2020). Assim, a perspectiva interseccional possibilita uma análise complexa de categorias sociais, podendo ser entendida como uma “[...] abordagem que afirma que os sistemas de raça, classe social, gênero, sexualidade, etnia, nação e idade são características mutuamente construtivas de organização social que moldam as experiências das mulheres negras e, por sua vez, são formadas por elas” (Collins, 2019, p. 521). Há um sistema de opressões que agem de forma conjunta e complexa na vida de uma pessoa, não havendo hierarquias.

Quando observamos as subculturas e contraculturas dos anos 1960 e 1970, as mulheres da Nova Esquerda, embora muito presentes, sofriam discriminação e violências de gênero por parte dos homens do movimento, sendo excluídas de debates e tomadas de decisões, enquanto eram destinadas apenas a servidão e aos cuidados domésticos. Entre os *hippies* era comum os homens possuírem diversas parceiras e “dividi-las” entre si. Assim, o protagonismo desses movimentos ficavam concentrados nas mãos de homens, principalmente brancos. Apesar disso, nem todas as mulheres aceitaram essas condições passivamente (Goffman, Joy, 2007). Nas *aesthetics* há maior protagonismo de garotas. Isso ocorre porque os quartos são o principal cenário das *influenciadoras digitais*, sendo que os espaços privados são socialmente impostos às mulheres, enquanto os espaços públicos são destinados a homens. Nas redes sociais, é possível encontrar a promoção e celebração da *girlhood*, ou *feminilidade jovem* (tradução livre), onde as *tiktokers* mais influentes e seguidas exaltam elementos socialmente construídos como femininos, além de serem cis-gênero, brancas, magras e

de classe alta. As *aesthetic girls* criam e ampliam tendências, tornando-se referências agradáveis ao público, sendo notadas por grandes marcas e estimulando o consumo. “Normalidade” e “identificabilidade” são frequentemente sinalizadas em sua escolha de roupas, misturando moletons grandes com *hot pants* ou *leggings* com tops curtos, lembrando aos espectadores que ela ainda é feminina e sexualmente desejável (Kennedy, 2022, p. 1070, tradução minha⁵). Pessoas que fogem desse padrão recebem menos visibilidade, seja por falta de interesse do público mais amplo, ou até mesmo pelos algoritmos que não distribuem os conteúdos de forma igual para todos. Por isso, compreender o racismo e o sexismo algorítmico é fundamental pois, “Os algoritmos criam visibilidade, exclusões e rebaixamentos a partir das categorizações e essas escolhas contribuem para estabelecer, confirmar e reproduzir certos padrões” (Gomes, 2024, p. 7), sendo que a ação de humanos (como a criação dos códigos e de categorias, ou palavras-chave, para representações e imagens com base em crenças opressoras) podem gerar imagens distorcidas de grupos sociais marginalizados.

Metodologia e Análise

Primeiramente, foi feito um levantamento das *aesthetics* mais relevantes no Brasil por meio do *site* Steal the Look, dedicado à moda e suas tendências, e Air Brush, uma plataforma de edição de imagens que possui um *blog* dedicado a tendências de arte visual. Foi utilizada as publicações: “Conheça as 8 tendências core aesthetic que estão bombando⁶”, publicado em 22 de março de 2021, no *site* Steal the Look; e “Top 10 Aesthetics de 2021: Relembre as trends do ano⁷”, publicado em 16 de dezembro de 2021, pelo *blog* do Air Brush. O Steal the Look mapeou as *aesthetics* *Kidcore*, *Lovecore*, *Witchcore*, *Cottagecore* e *Spacecore* como as mais influentes no início do ano. Já o Air Brush, apontou *Cottagecore*, *Kidcore*, *Soft Girl*, *Indie Kid*, *Preppy*, *Dopamine Dressing*, *Witchcore*, Anos 2000, *StreetWear* e *Alfaiataria Cool* como as principais do ano. Foram selecionadas as *aesthetics*: *Cottagecore*, *Kidcore* e *Witchcore*.

⁵ ‘Normality’ and ‘relatability’ are often signalled in her choice of clothing, mixing oversized hoodies with hot pants, or joggers with crop tops reminding viewers that she is nonetheless feminine and sexually desirable. The open mouth, wide smile, laugh, tongue sticking out, and scrunched up nose are common signifiers of the ‘silly normality’ of TikTok, particularly among the similarly white, slim, normatively attractive feminine girl stars of the platform.

⁶ Disponível em:

<https://stealthelook.com.br/conheca-as-8-tendencias-core-aesthetic-que-estao-bombando/>. Acesso em: 28 jun. 2024.

⁷ Disponível em: <https://airbrush.com/pt/blog/top-10-aesthetics-de-2021-relembre-as-trends-do-ano>. Acesso em: 28 jun. 2024.

Segundo, por meio de uma janela de visitante, proporcionada pelo Google, foi acessado o *site* Pinterest “[...] uma plataforma de descoberta visual para encontrar ideias como receitas, inspiração para sua casa e estilo, e muito mais” (Pinterest). Essa medida foi tomada para evitar que os resultados aparecessem com base na personalização do algoritmo da conta pessoal da autora. O terceiro passo realizado foi a coleta por meio das palavras-chave: “Cottagecore girl aesthetic”, “Kidcore girl aesthetic” e “Witchcore girl aesthetic”, tendo os resultados apresentados na Figura 1. Essas palavras-chave foram escolhidas para assegurar que os resultados mostrassem fotos de pessoas. Assim, foram selecionadas as seis primeiras imagens do resultado da busca que tivessem fotos de pessoas representando as estéticas: *Cottagecore* (Figura 2), *Kidcore* (Figura 3) e *Witchcore* (Figura 4), totalizando 18 imagens.



Figura 1 – “Cottagecore girl aesthetic”, “Kidcore girl aesthetic” e “Witchcore girl aesthetic”, respectivamente (Fonte: Pinterest. Montagem da autora).

Cottagecore

Caracterizada pelo apreço pela vida rural simples no campo, a *aesthetic cottagecore* (“cottage”, significa “cabana”) surgiu na década de 2010, ganhando grande relevância em 2020, por meio de plataformas como TikTok, Tumblr, Instagram e Pinterest. No *cottagecore* é englobado elementos do século XIX, como Romantismo, que valorizava a subjetividade humana, principalmente por meio da arte; e o Movimento *Arts and Crafts* (artes e ofícios), que valorizava o artesanato ao invés da industrialização, além de buscar elementos naturais para o *design* e arquitetura, como jardins, móveis e acabamentos. Ambos os períodos surgiram na Europa Medieval. Na estética, elementos como vestidos largos e longos, rendas, laços, cores claras e paisagens que tem a natureza como foco, tais como grama e flores, são muito presentes. Os elementos visuais e as influências europeias buscam reivindicar uma fuga da pandemia de Covid-19 e de um mundo hiperestimulante presenciado nas grandes cidades, exaltando elementos que apresentam um cotidiano simples, em harmonia com a natureza e a confecção de comidas caseiras (FFW; Hossni, 2023).

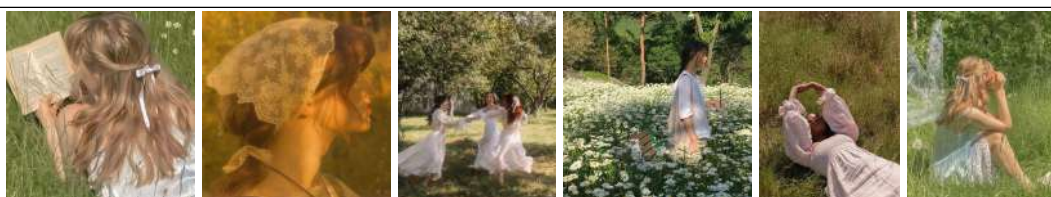


Figura 2 – *Cottagecore* (Fonte: Pinterest. Montagem da autora).

Na figura 2, há majoritariamente mulheres brancas, com exceção de uma garota amarela, na quarta imagem, e uma negra, na quinta. Além da raça, outro elemento que chama atenção são corpos margros, sem deficiência visível, além de todos os cabelos serem lisos ou ondulados. É possível notar que os corpos acabam reforçando os estereótipos de gênero, como a *ideologia da feminilidade*, no qual foi criado, no século XIX, o mito da mulher frágil e dedicada ao espaço privado, cuidado da casa, dos filhos e do marido, seguindo a heterossexualidade compulsória em famílias nucleares chefiadas pelo marido. Essa fragilidade feminina não cabia a mulheres negras que eram enxergadas como anomalias, sendo submetidas ao trabalho escravo, tal como os homens negros, sendo associadas a sexualidade anormal e indesejável (cabendo em lugares de prostitutas, ao invés de santas, como as mulheres brancas) e a reprodutoras de mão de obra escravizada, pois eram obrigadas a terem gestações seguidas para gerar mais mão de obra (Davis, 2015; hooks, 2023). Assim, é possível presenciar a reafirmação e exaltação de elementos, padrões estéticos e comportamentais socialmente construídos como o feminino e branco. Além disso, embora a estética valorize a vida no campo, pessoas marginalizadas e não-hegemônicas vivem longe desses locais romantizados no *Cottagecore*, não sendo possível observar adaptação para os contextos socioeconômicos das pessoas em 2020, como periferias ou apartamentos, ou pessoas que não buscam se encaixar na ideologia da feminilidade.

Kidcore

A *aesthetic Kidcore* tem as cores do arco-íris, em tons saturados, como o principal elemento visual, buscando utilizar acessórios construídos como infantis ao utilizar brinquedos e personagens da década de 1990 e 2000, além do uso de muitos acessórios misturando diversas cores, como: pulseiras e colares de miçangas; crochê; maquiagem com muitas cores e adesivos; e unhas com *nail arts* elaboradas e diferentes em cada unha. Dessa forma, a estética busca valorizar e relembrar a infância durante a

adolescência e início da fase adulta, para exaltar a alegria, a criatividade e a simplicidade da vida, ao invés das instabilidades e angústias geradas pela pandemia; e ir contra o minimalismo. Há fortes influências da moda japonesa, como Decora Kei (Santos, 2021).



Figura 3 – *Kidcore* (Fonte: Pinterest. Montagem da autora).

Nas imagens selecionadas pela autora (Figura 3), embora a maioria apresente garotas brancas e magras, há a presença de uma garota negra, como primeiro resultado, e uma gorda, no segundo, mas ainda com cores e elementos socialmente construídos como femininos. A cor rosa é muito presente e os cabelos são, majoritariamente, lisos ou ondulados. Com exceção da quinta imagem, todas as garotas estão em espaços fechados ou isolados. Embora o isolamento social, motivado pelo Coronavírus, deva ser considerado nas escolhas para o local das fotos, o espaço privado sempre foi comumente associado às mulheres brancas e a feminilidade. Os elementos que representam a infância, assim como os do *Cottagecore*, não sofreram adaptações nos diferentes territórios e contextos socioeconômicos e culturais.

Witchcore

A *aesthetic* busca valorizar a bruxaria, o misticismo e o ocultismo como forma de escapismo. Por receber influências da subcultura gótica, utiliza do Romantismo, roupas pretas e/ou escuras e elementos de diversas religiões, bem como, o uso de elementos da contracultura *hippie*, como mangas logas, tecidos leves, transparência e botas de salto alto. Assim, possui muitas semelhanças visuais com *Cottagecore*. Isso se deu com a chegada do outono e inverno no hemisfério norte (Coronato, 2020).

bell hooks (2015) pontua que, até por volta do século XIX, as mulheres brancas na Europa eram vistas como criaturas demoníacas, sedutoras sexuais, destinadas a corromper os homens e, por isso, precisavam da figura masculina para regular o seu comportamento, por meio de crenças misóginas. Assim, mulheres brancas daquele período eram condenadas por bruxaria ao não cumprir com as normas de gênero da época, às condenando à julgamentos da Igreja Católica, que consistiam em torturas e assassinatos para provar a sua inocência e o não envolvimento com a bruxaria.

Entretanto, no século XIX, a percepção acerca das mulheres brancas mudou com o racismo e contato com pessoas não-brancas que, agora, passaram a ser demonizadas, exploradas sexualmente e sofrendo violências sexuais. Vale ressaltar que mulheres brancas ainda podiam sofrer essas violências e explorações, entretanto, agora estavam em um lugar idealizado e tinham que seguir os padrões para continuar nesse lugar. Caso o contrário, seriam marginalizadas e exploradas, principalmente na prostituição.

Ela era descrita como boa e sem pecado; ela era virtuosa, pura, inocente, não sexual e mundana. Erguendo a mulher branca num estatus como deusa, os homens brancos efetivamente removeram o estigma no qual a cristandade a colocou. A idealização dos homens brancos pelas mulheres brancas inocentes e virtuosas serviu como um ato de exorcismo, que tinha como propósito transformar a sua imagem e livrá-las da maldição da sexualidade (p. 62).

Assim, as mulheres brancas se tornaram fundamentais na manutenção do colonialismo pois, por meio do condicionamento ao lar, deveria prover filhos brancos para o marido, que perpetuaram a estrutura racista. Embora a estética *Witchcore* exalte o escapismo da realidade e, até mesmo o poder feminino, é fundamental trazer o contexto histórico da bruxaria com a perspectiva interseccional para observar qual mulher bruxa estamos falando, sendo ela, geralmente, branca. Na figura 4, todos os corpos femininos são brancos, magros, utilizando de elementos socialmente construídos como femininos (vestidos, saias e branco) ou característicos da bruxaria (natureza, velas, punhal, espelhos). Mesmo com a popularização mundial da estética, em 2020, e com o objetivo de fuga da realidade, a presença de corpos não-hegemônicos foi nula.

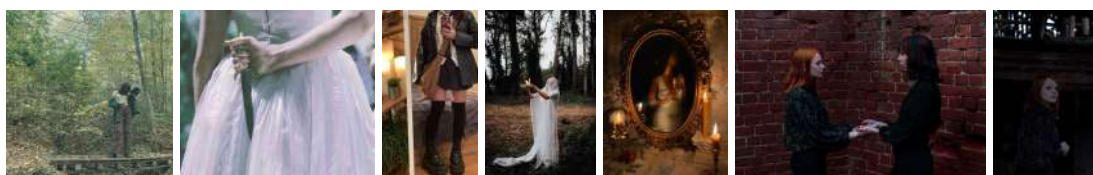


Figura 4 – *Witchcore* (Fonte: Pinterest. Montagem da autora).

Considerações Finais

Apesar do artigo ser uma dentre muitas outras possibilidades para analisar o tema, a perspectiva interseccional permite uma maior complexidade para analisar o fenômeno, considerando as vivências plurais. Embora muitas outras interseccionalidades possam ser acionadas para o estudo das *aesthetics girls*, o trabalho não busca esgotar a discussão, mas sim, ampliá-la e tensioná-la ainda mais. É possível notar um grande protagonismo feminino nas *aesthetics*, porém, ela está majoritariamente dentro dos padrões de beleza branco e da cis-heteronormatividade,

além de exaltarem aquilo que é socialmente construído como feminino. Apesar dos resultados, é importante considerar o racismo e sexismo algorítmico presente no Pinterest e em outras plataformas de imagens, bem como, a categorização de imagens utilizadas, para compreender melhor os resultados recebidos nas buscas.

Referências bibliográficas

- AKOTIRENE, C. S. **Interseccionalidade**. São Paulo: Pólen. 2018.
- ASSUNÇÃO, L. Barbicore, brazilcore, balletcore... Será que 2023 ainda tem fôlego para mais #cores? **Vogue**, 23 jan. 2023. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2023/01/barbicore-brazilcore-balletcore-sera-que-2023-ainda-tem-folego-para-mais-cores.ghtml>. Acesso em: 21 jan. 2024.
- BARBOSA, N. A. C; COSTA, B. P; NUNES, D. M. Espacialidades Otaku: Uma análise sobre corpos femininos no ciberespaço. **5º Workshop de Geografia Cultural “Relações étnico-raciais, Sexualidades e Gênero: Por uma Geografia da Diversidade”**, Alfenas: UFA, 2022, p. 121-146. Disponível em: https://geoculturalunifal.files.wordpress.com/2022/09/anais_5-workshop-de-geografia-cultural_.pdf. Acesso em: 21 jan. 2024.
- COLLINS, P. H. **Pensamento feminista negro**: conhecimento, consciência e a política do empoderamento. Tradução: Jamille Pinheiro Dias. São Paulo: Boitempo, 2019. E-Book.
- CORONATO, G. Witchcore: tudo o que você precisa saber sobre a tendência» STEAL THE LOOK. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/witchcore-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-a-tendencia/>. Acesso em: 6 out. 2024.
- CORRÊA, L. G. Interseccionalidade: um desafio para os Estudos Culturais na década de 2020. Tradução: Luís Henrique Sacchi dos Santos, Lodenir Becker Karnopp, Maria Lúcia Castagna Wortmann. In: SANTOS, L. H. S; KARNOPP, L. B; WORTMANN, M. L. C. O que são estudos culturais hoje? **Diferentes praticantes retomam a pergunta do International Journal of Cultural Studies**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2022. p.123-141. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/253452>.
- CORRÊA, L. G; SILVEIRA, F. J. N. da. Representação. In: FRANÇA, V. V; MARTINS, B. G; MENDES, A. M. (Org.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS)**: trajetória, conceitos e pesquisas em comunicação. Belo Horizonte: PPGCom UFMG, 2015, p. 208-215. E-Book.
- COTTAGECORE: a tendência idealizada da vida simples no campo. **FFW**, 22 set. 2020. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/lifestyle/cottagecore-a-tendencia-idealizada-da-vida-simples-no-campo/>. Acesso em: 6 out. 2024.
- DAGALP, I; HARTMANN, B. J. From “aesthetic” to aestheticization: a multi-layered cultural approach. **Consumption Markets & Culture**, vol. 25, n. 1, 1-20, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10253866.2021.1935900>. Acesso em: 21 jan. 2024.
- DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. Tradução de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2016.
- ENTENDA o que são as tendências “Core Aesthetic”. **Marco da Moda**. Disponível em: https://marcodamoda.com.br/entenda-o-que-sao-as-tendencias-core-aesthetic/#O_que_%C3%A9_o_Core_Aesthetic. Acesso em: 21 jan. 2024.
- FRANÇA, V. V; GONÇALVES, M; MIRANDA, F; OLIVEIRA, L. Cultura. In: FRANÇA, V. V; MARTINS, B. G; MENDES, A. M. (Org.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS)**:

trajetória, conceitos e pesquisas em comunicação. Belo Horizonte: PPGCom UFMG, 2015, p. 216-222. E-Book.

GOFFMAN, K. JOY, D. **Contracultura através dos tempos**: do mito de Prometeu à cultura digital. Tradução: Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007, p. 249-396.

GOMES, A. M. de S. Sexismo e racismo algorítmico: um olhar interseccional sobre o neomaterialismo através do Midjourney. **Revista da UFMG**, Belo Horizonte, v. 30, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistadaufmg/article/view/47587> . Acesso em: 7 out. 2024.

HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio - Apicuri, 2016, p. 189-210.

HALL, S; CLARKE, J; JEFFERSON, T; ROBERTS, B. **Resistance through Rituals**: youth subcultures in post-war Britain. 2ª ed. Abingdon: Routledge, 2006, p.3-10.

HOOKS, B. **E eu não sou uma mulher?** mulheres negras e feminismo. Tradução de Bhuvli Libanio. 23ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2023.

HOSSNI, C. Por que a tendência cottagecore deve seguir em alta no verão 2024? **Steal the Look**, 26 set. 2023. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/por-que-a-tendencia-cottagecore-deve-seguir-em-alta-no-verao-2024/>. Acesso em: 8 out. 2024.

KENNEDY, M. 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. **European Journal of Cultural Studies**, vol. 24, n. 6, 2020, p. 1069-1076. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/136754942094534>. Acesso em: 21 jan. 2024.

KIPPER, H. A. **A happy house in a black planet**: introdução à subcultura gótica. São Paulo: Ed. do autor, 2023.

LARAIA, R. B. **Cultura**: um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. Disponível em: <https://edisiplinas.usp.br/mod/glossary/showentry.php?eid=1866>. Acesso em: 21 jan. 2024.

MELO, L. L. P. **A estetização do cotidiano e a construção identitária na moda entre a geração Z**. 2023. 19 p. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal de Pernambuco Campus Agreste, Núcleo de Design e Comunicação Curso de Design, Caruaru, PB. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/52732>. Acesso em: 21 jan. 2024.

MILANI, V. P. A contracultura e seus conflitos: a vanguarda e o pop no rock dos anos 1960. **Revista de História e Estudos Culturais**, São Paulo: UNESP, 2023, v. 20, n. 1, 2023, p. 61-80. Disponível em: <https://www.revistafenix.pro.br/revistafenix/article/view/1190>. Acesso em: 21 jan. 2024.

MORETTI, J. Cores neutras e roupas para o dia a dia: o que é o 'Recession Core', em alta nesta temporada. **G1**, 23 mai. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/moda-e-beleza/noticia/2023/05/23/cores-neutras-e-roupas-para-o-dia-a-dia-o-que-o-recession-core-em-alta-nesta-temporada.ghtml>. Acesso em: 21 jan. 2024.

NUNES, B. **Introdução a filosofia da arte**. 2 ed. São Paulo: Editora Ática, 1989.

SANTOS, A. Kidcore: tudo o que você precisa saber sobre essa tendência. **Steal The Look**, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/kidcore-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-essa-tendencia/>. Acesso em: 6 out. 2024.

SANTOS, Y. S. **Racismo brasileiro**: uma história da formação do país. São Paulo: Todavia, 2022.