

---

## **Moda, cultura e feminino: Como a indústria da moda incrementa o processo cultural da objetificação do corpo feminino<sup>1</sup>**

Amanda Terra GARCIA<sup>2</sup>

Ayla Godoi GROSSI<sup>3</sup>

Eloisa Aparecida de CASTRO<sup>4</sup>

Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, Barbacena, MG.

### **Resumo**

A presente revisão de literatura visa a analisar a relação entre a indústria da moda e o padrão de beleza vigente na cultura. Para isso, utiliza-se como exemplo o icônico lançamento do *New Look*, da Dior, demonstrando como tal modelagem revolucionou a moda da época e determinou padrões para o corpo feminino. Tenciona-se o valor atribuído à peça em relação ao momento em que foi lançada, no pós-guerra, quando a França vivenciava grande austeridade econômica, contando com milhares de pessoas em condições de miserabilidade. Aponta-se para a falta de diversidade de corpos como referencial de beleza e a criação de uma Representação Social bastante restrita em relação à beleza feminina.

**Palavras-chave:** Moda; mídia; cultura de massa; corpo feminino; representação Social.

### **Breve histórico do conceito de beleza**

Muito se tem debatido a respeito da relação entre a mídia, a moda e os padrões de beleza aos quais se atribui a designação de femininos. Ao longo da história, o conceito de beleza ou daquilo que é considerado belo sofreu uma série de transformações<sup>5</sup>. Na pré-história, o corpo considerado bonito era marcado por formas mais arredondadas e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ08 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 10º período do Curso de Psicologia do Unipac-Barbacena, e-mail: [201-001644@aluno.unipac.br](mailto:201-001644@aluno.unipac.br).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 5º período do Curso de Psicologia do Unipac-Barbacena, e-mail: [221-001117@aluno.unipac.br](mailto:221-001117@aluno.unipac.br).

<sup>4</sup> Psicóloga, mestre em psicologia pela Universidade Federal de São João del-Rei, professora do Curso de Psicologia do Centro Universitario Presidente Antônio Carlos/Unipac - Barbacena, e-mail: [eloisacastro@unipac.br](mailto:eloisacastro@unipac.br).

<sup>5</sup> Destaca-se que o corpo ao qual o presente trabalho se refere é o corpo feminino, tendo em vista que o corpo masculino é abordado culturalmente de maneira diversa, contudo, esse não objeto de análise da pesquisa em questão.

robustas, ou seja, um corpo mais amplo (MARASCIULO 2023), como pode notar na figura 1.



Figura 1: Estatueta de Vênus. Fonte: Jornal da Fronteira 2024.

Na era da idade média a beleza não era grande foco da maior parte da população, por conta da falta de saneamento básico e da precariedade das condições gerais de higiene, os corpos não eram o foco de cuidado das pessoas, com isso, eram usados vestidos longos que cobriam toda a extensão do corpo, com o intuito de camuflar a sujeira e o odor exalado pelas pessoas. Nesse período, nota-se a utilização da perfumaria como forma de disfarçar os odores corporais acarretados pela precariedade das condições de higiene disponíveis há época. Considerando o contexto do período, constata-se que apenas a nobreza dispunha de acesso aos cuidados de beleza disponíveis, sendo características designativas de graça as mulheres que possuíam uma testa proeminente, e a fim de alcançar esse padrão muitas mulheres cortavam seus cabelos de maneira que aparentasse que suas testas fossem maiores (CORDEIRO 2023) como visto na figura 2. Este modelo de beleza perpetuou até parte do período do renascimento.



Figura 2: Rainha Isabel da Baviera. Fonte: Fashion Trends 2020.

Por volta do século XVII, de acordo com CORDEIRO (2023), a moda conquista maior relevância. Neste período, as peças de roupas eram inspiradas no estilo rococó<sup>6</sup>, representado pela presença de enormes saias com muitos babados e adornos, como lacinhos e flores. Já no final do século XVIII as roupas passam a representar um estilo mais prático, tornando-se mais confortáveis, como apresentado na figura 3.



Figura 3: Robe à Française. Fonte: Picnic Vitoriano 2015.

Chegando ao século XX, na moda francesa, destaca-se a ascensão de marcas de luxo, como a Coco Chanel, que em 1920, com o vestido mais clássico de todos os tempos, o *Little Black Dress* (O vestidinho Preto) se torna ícone da cultura da moda (LUCCA 2024). Chanel revoluciona a moda da época com seus vestidos e adereços, guardando como marca característica a quantidade exorbitante de pérolas em colares, pulseiras e brincos, como visto na figura 4. Logo a seguir, em 1947, pouco tempo após a inovação conduzida pela Chanel, a moda é revolucionada por Christian Dior, criador do famoso *New Look*.

---

<sup>6</sup> O estilo rococó foi um movimento artístico nascido na França no século XVII, durante o Iluminismo. Este estilo se opôs ao barroco e demarcou a transição para o neoclassicismo. Os vestidos eram feitos com ornamentos em exagero, como babados, fitas e flores (SANA, 2013).

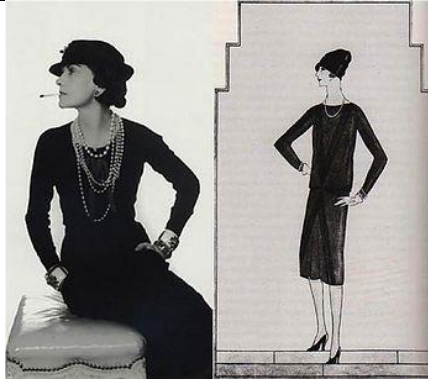


Figura 4: O vestidinho preto da Chanel. Fonte: DW 2019.

Sinclair (2012), ao relatar sobre o lançamento do modelo nomeado como *New Look*, da Dior, demonstra como os ícones de moda apresentam para a sociedade, em dados períodos históricos, os códigos não apenas de vestimenta, mas também de comportamento dos corpos femininos. A autora retrata o momento de lançamento da referida coleção como um acontecimento histórico, marcado pelo glamour, tão característico das marcas de luxo, pela originalidade e pelo rompimento com os padrões estabelecidos até o momento.

De acordo com Sinclair (2012), em 12 de fevereiro de 1947, em Paris, na nova sede da *Maison* Christian Dior, em um dos dias mais frios da história de Paris, chegando aos 13 graus negativos, uma multidão barulhenta e bem-vestida se aglomerava para aguardar a abertura do desfile da marca. Além do volume significativo de pessoas prestigiando o evento, dentro da loja, contava-se com a presença de figuras ilustres para o mundo da moda como Bettina Ballard, editora da *Vogue* americana. No instante em que aconteceu o início do mencionado desfile de alta-costura, um silêncio estrondoso reinou naquela sala quando a primeira modelo entrou na passarela, vestindo a famosa saia plissada da grife. Tal peça contava com 35 centímetros acima do chão, espartilhos na cintura e era confeccionada com mais de 41 metros de seda pura. Para manter o formato e reforçar a cintura em forma de vespa, muitas eram revestidas com ossos de baleia, chegando a permanecer em pé, após retiradas do corpo.

O referido acontecimento transformou toda a estética que havia sido construída na moda até o momento. O novo estilo, conforme foi retratado, contava com vestidos que faziam o contorno das modelos, exalava feminilidade e era agradável aos olhos masculinos da época de forma leve e ousada para seu tempo. O próprio Dior, em 1947, afirmou: “Moldo meus vestidos para as curvas do corpo feminino, então a curva dele chama a atenção” (SINCLAIR, 2012) como podemos ver na figura 5.



Figura 5: *New Look*. Fonte: História da moda 2013.

Sinclair (2012) destaca, ainda, que o icônico vestido, na época, chegava a custar 350 libras, um preço bastante elevado, principalmente considerando que a França passava por uma condição de grande pobreza, devido ao período de guerras. Em 1947 estava em guerra na Argélia e na Indochina. Nesse contexto, é importante destacar como a segunda guerra afetou fortemente a moda parisiense. Coco Chanel e Elsa Schiaparelli, duas das maiores estilistas da história, saíram às pressas do país, abandonando seus legados e a rivalidade entre elas. As duas grifes decretaram falência após a guerra, sendo reativadas anos mais tarde.

A Chanel foi adquirida em 1954 e reconfigurada em 1983 por um dos maiores estilistas de todos os tempos, Karl Lagerfeld. Esse foi responsável por criar muitos itens emblemáticos da grife, como por exemplo a clássica logo CC® da Chanel. Infelizmente Karl faleceu em 2019, deixando todo seu legado e seu nome na história da moda e, atualmente, a Chanel tem como diretora criativa a aprendiz de Karl, Virginie Viard. Por sua vez, a Schiaparelli permaneceu fechada, até que em 2014, depois de 60 anos fechada, voltou às passarelas de alta costura, com a direção criativa de Daniel Roseberry.

O tão famoso *New Look* com o tempo teve seu preço aumentado, chegando a custar 40 mil francos, o que hoje representaria quase 42 mil euros, o que acabou gerando ainda mais críticas ao vestido. O jornal *L'Humanité* (apud SINCLAIR, 2012), em uma de suas matérias afirma: “De novo os capitalistas estão jogando dinheiro fora enquanto crianças passam fome”. Muitas mulheres também protestavam apontando a extravagância de ostentar 40 mil francos em um vestido enquanto milhares de crianças não tinham acesso sequer ao leite. Tamanho foi o impacto dessa coleção ostentosa na sociedade da época que algumas mulheres foram agredidas e tiveram seus vestidos destruídos.

Diante do exposto, é possível notar o quanto a moda interfere na cultura e determina os rumos do comportamento, especialmente feminino. O *New Look* estabeleceu

---

um padrão de beleza que, até a atualidade, as modelos devem seguir, uma vez que a maior parte das grifes italianas e francesas de alto renome ainda mantém em seus desfiles o padrão estético da magreza extrema. Seguindo uma tendência de mercado, algumas grifes de Nova Iorque e Londres, têm demonstrado maior abertura a um debate e estão gradativamente flexibilizando o modelo estético predominante, abarcando mais diversidade em suas grifes. Um exemplo desta abertura da moda é a coleção de 2019 da Calvin Klein, onde trás uma mulher preta e gorda para a linha de frente da nova coleção de lingerie.

Após decorridos tantos anos do lançamento do *New Look*, o modelo ainda é reconhecido por deixar sua marca na história, não somente por (supostamente) resgatar a feminilidade das mulheres burguesas da época, mas também pela influência que causou no padrão de beleza feminina. Ao enaltecer a magreza extrema como ideal de corpo a ser alcançado, impactou fortemente nas vidas das mulheres, e não somente das mulheres burguesas, que, a fim de atingir a norma estética imposta e reforçada na atualidade pelas mídias sociais, muitas vezes desenvolvem distúrbios alimentares, que comprometem as condições de saúde física e mental.

### **Os padrões de beleza e seus impactos sobre os corpos femininos**

Uma das principais práticas utilizadas para conquistar o modelo estético vigente está relacionada aos hábitos alimentares e às atividades físicas controladas. No contexto atual, privar o corpo de alimentos significa ter controle sobre uma das necessidades mais básicas do ser humano: a fome. Conforme demonstram Polli et al (2021), cerca de 90% a 95% dos distúrbios alimentares se manifestam em mulheres. Tais distúrbios podem gerar outros tipos de doenças causadas pelo uso de anabolizantes e esteroides. Lira (2017) corrobora com os dados citados, ao publicar um estudo demonstrando que a insatisfação corporal se apresenta principalmente em adolescentes entre 15 e 19 anos, sendo que 80% das meninas que participaram da pesquisa manifestaram insatisfação com o corpo. Essas manifestações de desagrado em relação ao próprio corpo são intensificadas quando associadas com o uso das redes sociais, além disso o número aumenta sobremaneira em meninas que apresentam sobrepeso e obesidade. Os dados da pesquisa apontam ainda que a insatisfação com o corpo aflige mulheres independentemente da classe social e da escolaridade.

---

Os estudos apontam também que tal fenômeno é ocasionado pela falta de diversidade de corpos como referencial de beleza. Ressalta-se a presença de apenas um modelo de beleza nas mídias sociais, considerando o diferente como feio ou difícil de lidar (LIRA, 2017). O referido ideal é reforçado de maneira massificante na mídia atual, basta analisar os programas de televisão, os filmes, as revistas, os aplicativos de relacionamentos, entre outros meios de comunicação de massa, para identificar a discrepância entre os corpos expostos/objetificados e aqueles que são encontrados na realidade.

Em larga medida, nota-se que tais meios se dedicam a transmitir a mensagem de um ideal estético não condizente com a realidade, mas que, segundo os padrões, deveria ser atingido por todas, e é neste ponto que a moda exerce seu papel, pois ela age como um fator de influência sobre as mulheres, impondo assim uma maneira dessas mulheres se imporem ao mundo. Cumpre destacar que, segundo Lira (2017), essa imagem corporal também é influenciada pelo contato com os pais, os colegas, as atividades escolares e com algumas experiências que ocorreram durante o processo de desenvolvimento.

A filósofa Susan Bordo (1997) descreve que os transtornos alimentares da atualidade configuram uma versão mais atual das patologias historicamente associadas ao feminino, como foi o caso da histeria no século XIX. A autora entende que essas patologias alimentares deveriam ser entendidas como patologias sociais e não psicológicas. Porém deve-se reconhecer a existência das duas condições, pois se deve lembrar que o indivíduo é atravessado pelo social e contextualizá-lo ao longo da sua história quer dizer incluí-lo numa história particular com interferências ambientais diversas. A busca pela magreza também está relacionada com a tentativa de manutenção da juventude, representando, assim, que cada vez mais as pessoas estão tentando negar a finitude, apresentando-se o máximo possível como uma pessoa mais jovem do que ela realmente é, uma vez que ser jovem representa, na cultura vigente, ser belo e saudável.

Logo, percebe-se o quanto o contexto em que vivemos exclui pessoas mais velhas para essa identificação de beleza. Apesar disso, muitas grifes têm feito desfiles com modelos mais velhos, como foi o desfile para a coleção de primavera-verão 2024 da Alexander McQueen, onde constou com várias modelos da terceira idade.

Por outro lado, Polli et al (2021) afirma que cada vez mais pessoas vêm buscando por um estilo de vida mais saudável, preocupando-se com a saúde e o bem-estar, porém o estilo de vida apontado como o mais saudável também é ditado pela mídia. Essa propaga

---

os benefícios da prática de atividades físicas regulares e uma alimentação saudável, ao mesmo tempo em que incentiva o uso de produtos industrializados.

Dessa forma, a mídia constrói a noção falaciosa de que os padrões de beleza e a saúde estão necessariamente relacionados, conduzindo as pessoas a acreditarem que conquistar o padrão de beleza imposto significa estar em boas condições de saúde. Sendo assim, a meta estabelecida pelos padrões de beleza pode desencadear processos de adoecimento, como, por exemplo, doenças que são causadas por atividades físicas em excesso, como lesões musculares. A partir disso, entende-se que existe uma diferença fundamental entre alcançar melhores condições de saúde e atingir um ideal estético.

No Brasil as imagens de magreza extrema vem se propagando largamente, em especial nas últimas décadas, porém o assunto atinge maior intensidade mídia quando o desejo de atender aos padrões estético vigentes acarreta danos extremos, como houve, em 2006, a morte da modelo Ana Carolina Macan, de 21 anos, que faleceu em decorrência de uma anorexia nervosa. A morte da modelo impactou tanto na mídia quanto na forma como são realizadas as semanas de moda no Brasil.

Desde 2007, conforme afirma HEINZELMANN (2014) a São Paulo *Fashion Week* (SPFW) vem assegurando a integridade das modelos que irão desfilar e garantindo também que elas estão aptas para exercer a profissão, como forma de evitar que casos como o de Ana se repitam. Também foi lançada pela organização do evento uma cartilha, destruída para as modelos e seus familiares, com o intuito de “promover uma alimentação saudável”. Esta cartilha foi feita por uma nutricionista e uma médica psiquiatra, com o objetivo de informar a respeito de condições graves para a saúde física e mental.

Apesar do enfoque à magreza direcionado às modelos, percebe-se que, no Brasil, muitas adolescentes e mulheres que não estão no campo da moda também desejam alcançar este padrão corporal e estético. Contudo, apesar de muitas mulheres desejarem este corpo “ideal”, estudos do IBGE de 2008 e 2009 apontam para um aumento na quantidade de pessoas obesas ou com sobrepeso no Brasil, o que acarreta ponderações sobre a aplicação prática do discurso da magreza no cotidiano das pessoas.

## **Representações sociais a questões de gênero**



---

Com o objetivo de melhor compreender como tais questões interferem na vida das mulheres recorreremos à Teoria das Representações Sociais. De acordo com Moscovici (2009) as representações sociais se referem aos pensamentos que se espalham pelos grupos sociais por meio de um processo de comunicação. “A Teoria das Representações Sociais permite compreender como o discurso que circula na sociedade ajuda a formar concepções compartilhadas sobre os objetos sociais” (Moscovici, 1982). Disso decorre, conforme exposto por Polli et al (2021), que aquilo que uma pessoa considera lindo ou saudável não é unicamente uma visão pessoal ou intrínseca. Isto posto, é possível discernir, por meio da Teoria das Representações Sociais, que, mesmo considerando a participação das concepções pessoais, as narrativas e discursos presentes na sociedade propiciam o estabelecimento de noções compartilhadas socialmente, que, muitas vezes, determinam o modo de agir, sentir e pensar.

Ao abordar os objetos sociais, cumpre destacar que a beleza feminina é um dos objetos mais representados na sociedade e a mídia propaga uma visão estandardizada do que corresponde a uma mulher bonita. Este ideal é propagado para um grande volume de pessoas que pertencem a um determinado grupo social, passando a reproduzir a mesma definição de bonito e desejável, Polli et al (2021). Dessa forma, o estabelecimento de uma norma de beleza acarreta uma massa de inadequados e, portanto, uma indústria ávida por adequar a todos ao modelo convencionado. Assim, a indústria da beleza agrega elevada lucratividade sobre produtos, procedimentos estéticos, cirurgias e outros ativos que prometem o alcance desse padrão de beleza.

As intervenções cirúrgicas configuram um meio pelo qual grande parte das pessoas que desejam/necessitam se enquadrar a este padrão realizam. A prática dessas intervenções cirúrgicas tem se tornado cada vez frequente, inclusive entre as classes médias e menos favorecidas, e tem se propagado ainda mais entre os jovens, demonstrando que o assunto carece de maior atenção por parte dos órgãos públicos de saúde. Dados divulgados pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica e Estética (Quintero et al., 2016), apontam que o Brasil é o segundo país com maior índice de pessoas que realizam cirurgias plásticas no mundo, onde somente em 2016 foram realizadas mais de 1,5 milhões de procedimentos cirúrgicos, correspondendo a 13,6% das cirurgias plásticas realizadas no mundo todo.

O estudo de Camargo et al. (2011) indica que existe uma estreita relação entre o sedentarismo e a intenção de efetivar algum procedimento estético. Uma hipótese para tal

---

correlação está alicerçada na pretensa maior facilidade e rapidez para atingir o padrão de beleza idealizado.

Em contrapartida ao processo descrito, o feminismo vem se dedicando aos estudos sobre gênero, especialmente nos anos 1960/1970, visando a desconstruir a ideia de um feminino universal e de uma essência feminina. Tais estudos provocam as concepções naturalizantes a respeito do que é uma mulher, indicando que não existe apenas um tipo de mulher, mas uma lógica no plural, de mulheres (ZANELLO et al., 2015).

Nesse sentido, Butler (2012) argumenta ser a noção de gênero, também construída socialmente, não apenas um dado natural, biológico. Esta construção está alicerçada na diferença sexual, entre macho e fêmea, contudo, a própria distinção entre os sexos está pautada em uma construção de gênero, isto é, a suposição do dado biológico é nomeada e identificada pelos critérios estabelecidos na e pela cultura. Para a autora o gênero não é de maneira alguma algo estável, mas sim uma identidade construída durante o tempo, uma “identidade instituída por uma repetição estilizada de atos” (BUTLER, 1990, p. 297).

Com isso entende-se que o gênero é algo que está em constante transformação, não algo dado pela natureza e impassível de mudanças; trata-se, assim, de uma performance. A fim de melhor consolidar o argumento exposto, Butler (2008), usa como exemplo as *drag queens* que se travestem e se fantasiam com roupas extravagantes no intuito de criar uma personagem, para falar de desconstrução da matriz binária, "ao imitar o gênero, o *drag* revela implicitamente a estrutura imitativa do próprio gênero - assim como sua contingência" (BUTLER, 2008, P.196).

Considerando as posições teóricas esboçadas, pode-se identificar que a lógica cultural, ao estabelecer uma norma estética, corporal e comportamental, suscita a manifestação de sofrimentos psíquicos. De acordo com Zanello et al. (2015), algumas mulheres, que não atingem o padrão, podem acabar manifestando algum tipo de sofrimento psíquico, tendo em vista poderem se sentir “menos mulher”. Tendo em vista a inadequação de seus corpos em relação ao que é propagado como desejado, muitas mulheres sentem que não são o que a sociedade desejaria que elas fossem. Essa moralização do corpo feminino é sucedida de uma transformação de valor estético para valores éticos, passando o ditame, ser bonita, a figurar como um dever moral da mulher.

Diante do exposto, visa-se a provocar questionamentos a respeito da influência exercida pela mídia, pela cultura e pela indústria da moda sobre o corpo e a subjetividade das mulheres, a fim de produzir um conceito de feminilidade não padronizado, que

abarque a diversidade. Essa abertura, para além de representar uma lógica de mercado, como se tem constatado nas peças publicitárias mais recentes, que usam a diversidade como mercado em expansão, mas de forma a influenciar as crianças, aos adolescentes, as mulheres e, também aos homens, de forma a ampliar suas possibilidades de existirem com seus corpos.

### Referências bibliográficas

BORDO, S. **O corpo e a reprodução da feminidade: uma apropriação feminista de Foucault**. In: A. M. Jaggar. Gênero, corpo, conhecimento. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos. 1997

BUTLER, J. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2008.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

CORDEIRO, C. **Padrões de beleza ao longo dos séculos**. Clínica Cláudio Cordeiro. 2023. Disponível em: <https://www.claudiocordeiro.com/portfolio-view/padroes-de-beleza-ao-longo-dos-seculos/>

CAMARGO, B. V., Justo, A. M., & Alves, C. D. B. (2011). **As funções sociais e as representações sociais em relação ao corpo: Uma comparação geracional**. Temas em Psicologia, 19(1), 269-281.

DEISE. **7 padrões de beleza do passado que são bizarros hoje em dia**. Fashion Trends. 2020. Disponível em: <https://www.fashiontrends.com.br/7-padroes-de-beleza-do-passado-que-sao-bizarros-hoje-em-dia/>

HEINZELMANN F. L.; ROMANI P. F.; LESSA A. S.; SILVA M. S. da; STREY M. N. **A tirania da moda sobre o corpo: submissão versus subversão feminina**. Rev. Subj. vol.14 no.2 Fortaleza, agosto. 2014.

IBGE - **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. (2008). Disponível em: <http://www.saladeimprensa.ibge.gov.br>.

LIRA, A. G.; GANEN, A. de P.; LODI, A. S.; ALVARENGA, M. dos S.. **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras**. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, Rio de Janeiro, n. 66, p. 164-171, Jul-Set. 2017.

MARASCIULO, M. **Como conceitos de padrão de beleza mudaram ao longo da história**. Rev. Galileu. Junho de 2023. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/sociedade/comportamento/noticia/2023/06/como-conceitos-de-padrao-de-beleza-mudaram-ao-longo-da-historia.ghtml>

---

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social**. Trad. Pedrinho A. Guareschi. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

POLLI, G. M.; JOAQUIM, B. O.; TAGLIAMENTO, G.. **Representações sociais e práticas corporais: influências do padrão de beleza**. Arquivos Brasileiros de Psicologia. Vol. 73. no .3. Rio de Janeiro. Dezembro de 2021. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-52672021000300005](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-52672021000300005)>. Acesso em: 03 abr. de 2024.

Quintero, Y., Villarroel, J., Pargas, L., Bastardo, G., Angarita, C., Rivas, J. G. et al. (2016). **La teoría de representaciones sociales, su aplicación en los estudios de salud y enfermedad: El caso de la obesidad**. Revista Facultad de Ciencias de la Salud UDES, 3(2), 138-148. <https://doi.org/10.20320/rfcsudes.v3i2.206>.

SANA. **A moda na era rococó**. História da moda. Maio de 2013. Disponível em: <https://modahistorica.blogspot.com/2013/05/a-moda-na-era-rococo.html>

SINCLAIR, C. **Christian Dior, VOGUE**. 2012, Editora Globo S.A, São Paulo. Cap. 2. p. 26-48.

ZANELLO, V.; FIUZA, G.; COSTA, H. S. **Saúde mental e gênero: facetas gendradas do sofrimento psíquico**. Fractal Revista de Psicologia, Niterói, v.27, n. 3, p. 238-246, Dez. de 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/fractal/a/7ZzRG6HkzvbGYj35qZXNzyP/?lang=pt>>. Acesso em 08 de abr. de 2024.