



Qual a primeira coisa que vem à sua cabeça quando pensa numa revista de moda? Luxo? Marcas famosas? Estilo de vida? Dicas sobre novos produtos para a beleza? Celebidades?

De fato, uma revista de moda costuma ter todos esses ingredientes. Entretanto, ainda que você saiba o nome de muitas marcas de luxo, conheça os lançamentos da moda e os novos cremes importados, é provável que tenha dado pouca atenção às modelos que ajudam a vender e propagar todos esses produtos. Talvez chamem sua atenção apenas algumas características desses corpos, tal como a tão almejada magreza, os cortes de cabelo ou as maquiagens que procura imitar.

Um discurso mais crítico sobre a publicidade de moda tem apontado a magreza excessiva das modelos – ainda que, salvo raras exceções, isso gere pouquíssimo impacto na visualidade da moda. Entretanto, a brancura da pele das modelos é algo aceito como “natural”. De fato, as páginas das revistas de moda, nacionais e estrangeiras, são predominantemente povoadas por corpos brancos. Assim, tal como há marcas de luxo que são propagadas nos editoriais de moda e publicidade das revistas, há também um corpo associado à moda e ao luxo, o corpo das mulheres brancas.

No artigo *O corpo [branco] feminino no discurso de moda em Vogue*, Daniela Novelli apresenta parte dos resultados de sua pesquisa de doutorado realizado no programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), na área de Estudos de Gênero. Daniela observa a “invisibilidade” dos corpos brancos nas edições francesa e brasileira da revista *Vogue* publicadas entre 2006 e 2010. Em outras palavras, estamos tão acostumados a ver mulheres brancas nesse tipo de publicação que pouco questionamos os significados políticos e culturais dessa presença. De um modo geral, indaga-se sobre a ausência de corpos negros ou de outras etnias, mas o excesso da “branquidade” raramente é colocado em discussão.

O artigo que ora apresentamos traz os corpos brancos para o primeiro plano. Ao analisar como o discurso midiático e a visualidade da moda feminina colaboram para o fortalecimento do “poder racial branco”, a autora observa ainda como o multiculturalismo é tratado, tanto na narrativa quanto nas imagens, de forma superficial. São descolocados para roupas ou cenários aspectos estereotipados de culturas não europeias. Nas modelos retratadas são incomuns outros tons de pele além do “branco”.

Portanto, ao colocar em questão o cânone de beleza europeu e caucasiano propagado, o artigo de Daniela Novelli colabora para ampliar nosso “modo de ver” as revistas de moda de luxo, justificando sua escolha como o melhor trabalho do Grupo de Trabalho Moda, Cultura e Historicidade.

Maria Claudia Bonadio e Maria Cristina Volpi

[DANIELA NOVELLI]

Doutora em Ciências Humanas (2014) pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH/UFSC), na área de Estudos de Gênero, com estágio sanduíche em Toulouse e Paris (LISST/UTM/EHESS) pelo projeto Capes-Cofecub *Genre, parenté, sexualité: une étude comparative entre France et Brésil 2010-2013*. Mestre em História do Tempo Presente (2009), Especialista em Moda: Criação e Produção (2002) e Bacharel em Moda: Estilismo (2000) pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC).

E-mail: danovelli@gmail.com

O corpo [branco] feminino no discurso de moda em *Vogue*

*The [white] female body in the fashion
discourse in Vogue*

[56]

[resumo] Este artigo pretende dar visibilidade ao corpo [branco] feminino convocado pelo discurso de moda na revista *Vogue*, por meio de uma análise documental e qualitativa de edições francesas e brasileiras publicadas entre os anos de 2006 e 2010, a partir de uma breve reflexão sobre a produção contemporânea e midiática da "branquidade" nesse periódico de alta moda e *prêt-à-porter* de luxo.

[palavras-chave]

branquidade; corpo; feminino; *Vogue*.

[abstract] This article aims to give visibility to the female [white] body convened by the fashion discourse in *Vogue* magazine. Through a documental and qualitative analysis of French and Brazilian editions of the magazine from 2006 through 2010, the article reflects briefly on contemporary and media production of "whiteness" in this monthly journal of high-fashion and *prêt-à-porter*.

[keywords] whiteness; body; female; *Vogue*.

Neste artigo, o periódico *Vogue* é apresentado como fonte e objeto de uma pesquisa interdisciplinar em ciências humanas, inserida notavelmente nos campos da moda e dos estudos de gênero e pós-coloniais¹. A partir dessa perspectiva, questões teóricas e metodológicas são articuladas com base nos *whiteness studies*, permitindo uma importante reflexão sobre a primazia da representação do corpo feminino [branco]² em edições francesas e brasileiras publicadas no fim do primeiro decênio de nosso século.

Veremos que tal primazia está historicamente relacionada com a produção discursiva da "branquidade", termo adotado para fazer referência à tradução de *whiteness* e/ou *blanchité*, concordando com Horia Keababza (2006), em seu artigo *L'universal lave-t-il plus blanc?: race, racisme et système de privilèges* (O universal lava mais branco?: raça, racismo e sistema de privilégios):

[...] se certos(as) pesquisadores(as) empregam a palavra *blanchitude* para traduzir o termo *whiteness*, nós preferimos o de *blanchité*. Como destaca Judith Ezekiel, *blanchitude* está calcado sobre a palavra *négritude*, movimento literário e artístico que buscava valorizar os aspectos positivos da cultura ou da identidade negra. A *blanchitude*, nesta lógica, poderia ser apenas uma afirmação daquilo que seria positivo em uma cultura "blanche", o que é perfeitamente contraditório ao conceito desenvolvido aqui. (KEBABZA, 2006, p. 145, tradução nossa)

Se a raça é, como afirma Stuart Hall (2013), um "significante flutuante" porque é uma construção discursiva, pode-se dizer que a branca (co)produz *habitus* de maneira articulada e simultânea a outras formas de dominação de classe e de sexo/gênero, influenciando identidades, maneiras de ver, pensar e agir – variáveis em distintos contextos socioculturais e históricos. Para Bouamama, Cormont e Fotia (2012, p. 73, tradução nossa), a branca é também "[...] uma espécie de vestimenta "racial" que funciona como um passaporte social, abrindo portas fechadas aos não Brancos(as)".

Análises realizadas anteriormente em edições brasileiras de *Vogue* demonstraram quanto o corpo feminino havia se tornado uma sede de significação e subjetivação da juvenilização (NOVELLI, 2009), representando um dos modelos mais desejados de nossa atualidade: "beleza-magrezza-juventude" (OLIVEIRA, 2005, p. 200). Mas tal visibilidade global não significou que esse modelo tenha sido problematizado do ponto de vista das condições culturais e históricas associadas à construção social do corpo branco. Acreditamos, portanto, que a "branca" deveria ser acrescentada ao modelo proposto por Nucia de Oliveira.

O corpo [branco] feminino de *Vogue*, embora atravessado por distintos aspectos socioculturais em contextos europeus e latino-americanos, tornou-se "invisível" por ser justamente um corpo dominante discursivamente e naturalizado por todo o *ethos* que envolve suas condições de produção, representação e circulação no campo da alta moda e do *prêt-à-porter* de luxo³, trazido por esse periódico ao longo de sua história.

Pode-se dizer que os chamados *critical whiteness studies* (estudos críticos da branca) floresceram nos Estados Unidos na década de 1990, embora W.E.B. Du Bois tenha sido, provavelmente, o precursor em teorizar sobre a identidade racial branca ainda no início do século XX, publicando *Black reconstruction in the United States* (CARDOSO, 2010).

Segundo Ruth Frankenberg (1993), a raça molda a vida das mulheres brancas da mesma forma que a vida de homens e mulheres é moldada por seu gênero. Para Maria Aparecida Silva Bento (2002, p. 27), evitar focalizar o branco é evitar "[...] discutir as diferentes dimensões do privilégio". Dessa forma, torna-se crucial "[...] olhar a racialidade [*racialness*] da experiência branca" (FRANKENBERG, 1993, p. 1, tradução nossa) em contextos sociais nos quais pessoas brancas têm, muitas vezes, visto a si mesmas como não raciais ou racialmente neutras.

Para Lourenço Cardoso (2010), o termo "branquitude" foi sugerido no Brasil por Gilberto Freyre em 1962, no sentido de identidade racial branca e como analogia à palavra negritude. E, ainda, Alberto Guerreiro Ramos, pioneiro em propor estudos sobre a identidade racial branca no País, utilizou o termo "brancura", significando para nossa literatura científica atual o conceito de "branquitude".

Portanto, em relação ao contexto brasileiro, a adoção do termo "branquitude" neste artigo pode também substituir o que muitos autores consideraram como "branquitude", o que não impede de levar em conta o que Guerreiro Ramos considerou em seu ensaio como "brancura", pois não se pode negar quanto os aspectos físicos (fenótipos) adquirem importância no complexo processo de definição de identidades raciais brancas, da ideia de raça ou de comportamentos relacionados ao grupo branco e às diferentes dimensões da brancura e da própria construção social da "branquitude" (CARDOSO, 2010).

Sob o esquema corporal há outro esquema, composto de histórias, de anedotas, de metáforas e de imagens, construindo, assim, a relação que entretém o corpo com o espaço cultural e social que ele ocupa. E, segundo Hall (2013), são justamente essas histórias que constroem tal relação, e não a inscrição da diferença no corpo. Por meio de uma mesma violência simbólica racial, distintas formas de dominação configuram o corpo branco e "naturalizam" a brancura no universo do luxo, diante do aparente "esvaziamento" da cor branca como identidade cultural em contextos históricos e políticos latino-americanos e europeus.

Em 2006, a versão brasileira de *Vogue* publicou uma edição especial inteiramente dedicada às férias de julho. Mulheres reconhecidas no campo da moda brasileira e que atuam ou atuaram no mercado internacional visitaram diferentes destinos: Carolina Overmeer (correspondente de *Vogue* Brasil em Paris) viajou para a Índia; Cássia Ávilla (ex-modelo) foi para Portugal; Cris Barros (estilista) visitou Buenos Aires e Petê Marchetti (consultora de moda) viajou para a África do Sul. Inspirados justamente nesses países, o fotógrafo Daniel Klajmic e a editora de moda Chiara Gadaleta Klajmic produziram um editorial de moda para mostrá-los a partir do olhar de *Vogue*.

Nas imagens, exclusivamente modelos brancas trajavam *looks* inspirados nas indumentárias indianas, portuguesas, argentinas e africanas. Todas as fotos foram tiradas em estúdio, com fundo branco e ambientadas com tecidos. Quando as modelos – três para cada local representado – não estavam usando chapéu ou turbante na cabeça, tinham os cabelos esticados e amarrados em coques. Segundo a redatora-chefe Patricia Carta, *Vogue* traz "[...] o olhar sofisticado de nossas convidadas e a hospedagem em hotéis e resorts que são verdadeiros paraísos na terra – seja lá qual for a sua imagem de paraíso" (CARTA, 2006, p. 11). Trata-se de um bom exemplo a partir do qual significantes plásticos, icônicos e linguísticos passam a fazer sentido no campo da moda se interpretados com base em um *ethos* constituído pela branquitude – e somente com base nele.

A brancura é o fruto de uma aprendizagem social que repousa sobre a socialização dos indivíduos. Tal socialização possui traço: de desigualdades racistas, de processos de racialização dos "outros"; de construções identitárias de Brancos(as) [...]; da crença de ser neutro e universal [...]; do mundo do pensamento e da representação das desigualdades e das identidades Branco/não Branco; da invisibilidade dos "privilégios" brancos e de sua normalidade. (BOUAMAMA; CORMONT; FOTIA, 2012, p. 72, tradução nossa)

Pode-se, ainda, ler a frase "Brincadeira étnica para arrasar no safári" no editorial sobre a África do Sul, assim como "Um caleidoscópio de cores, tecidos e volumes" sobre a Índia. Ou seja, para além da questão do "autoexotismo" na moda brasileira, tais representações remetem à hegemonia do corpo branco – e mesmo à suposta "neutralidade" – no discurso da moda contemporânea produzido em *Vogue*.

Que corpo [branco] é esse?

Imagens da exposição *Mannequin, le corps de la mode*⁴ revelam que o corpo feminino da moda ocidental contemporânea é branco. Embora o "corpo da manequim" tenha sido objeto de algumas transformações estéticas ditadas pela moda do século XX, estas últimas não conseguiram ultrapassar a ideia de corpo [branco] como simples mercadoria.

A magreza se tornou um poderoso significante do corpo [branco] da moda, acentuada particularmente nas últimas décadas do século XX, quando a modelo Kate Moss tornou-se o ícone do estilo "heroína chique" nos anos 1990, numa alusão ao aspecto deplorável de um corpo consumido pelo excesso de drogas e álcool. A moda passava a produzir imagens cada vez mais influenciadas por todo um conjunto de comportamentos sociais voltados para a consagração de hábitos desregrados e fantasiosos.

Carine Roitfeld, redatora-chefe à frente de *Vogue* Paris durante a primeira década de nosso século, foi constantemente acusada de sexismo, anorexia e racismo. A edição de fevereiro de 2008 traz a figura da cantora Amy Winehouse como inspiração para o editorial de moda intitulado *L'Idole* (O ídolo), sendo realizado por Emmanuelle Alt. Nele, a modelo brasileira Isabeli Fontana encarna o universo da fama da cantora, fotografada por Peter Lindbergh no consagrado Hôtel de Crillon, com vista para a Place de la Concorde, em Paris.

Aliás, a superexposição midiática das *bad girls* (garotas más) foi alvo de preocupação por parte da ONU, que oficialmente se pronunciou contra a "[...] desastrosa imagem que elas retornam aos jovens" (COLMANT, 2008, p. 234, tradução nossa). Para além de um fenômeno de moda, a fabricação das garotas más está ligada à escala da violência sempre presente: "[...] elas cruzaram a linha invisível, verdadeiro Muro de Berlim, que codifica o bem e o mal. Garota má porque rebelde contra uma sociedade que impõe às mulheres uma violência intolerável", como escreve Marie Colmant (2008, p. 238, tradução nossa) na matéria *Bad girls*.

Ícone rebelde do rock, Janis Joplin é a Amy Winehouse de hoje. Mesma voz incrível, mesmo temperamento, mesma presença cênica fascinante e mesmo senso de estilo [...]. Com exceção de que Janis Joplin é no início uma adolescente de físico ingrato e distante do modelo Barbie que faz referência nesta América amarrada do início dos anos 60 [...]. Um pequeno mundo branco que não admite que uma menina escute a música negra, que beba cerveja com os rapazes e se veja como cantora de blues. (COLMANT, 2008, p. 238, tradução nossa)

Embora a problemática da inferioridade da cultura negra na sociedade norte-americana tenha sido abordada baseada na figura de Janes Joplin, o corpo [branco] tatuado e extremamente magro de Winehouse tornou-se alvo de um discurso promissor e legitimado justamente por meio do lugar social que essa cantora ocupava na mídia, atribuído tanto ao seu talento indiscutível quanto à sua liberdade própria de se parecer com quem bem pretendesse. Roitfeld e Alt reproduzem uma espécie de branquidade que é simbolicamente revolucionária: "Sua voz faz *unanimidade*. Suas MANEIRAS claramente menos. Mas *esta* garota BLUES INDOMÁVEL queima sua vida *absolutamente* como ela deseja, *fenomenal* fonte de inspiração entre RETRO assumido e *provocação* na pele" (ALT, 2008, p. 252, grifos do autor, tradução nossa).

Em julho de 2010, *Vogue* Brasil publica uma edição dedicada à "linguagem corporal", com destaque para o caso da *top* holandesa Kim Noorda, que mostra à *Vogue* o diário que escreveu durante o ano em que batalhou contra a anorexia: "[...] sincero e comovente, ele revela como a moda ainda tem de caminhar muito para que glamour combine com vida saudável" (SINGER, 2010, p. 112), representando

a luta por um corpo "normal". A modelo, branca e bastante jovem, afirmou que durante os desfiles emagrecia por pressão dos agentes, mas depois engordava de novo: "Quando no mês seguinte aparecia para um trabalho, era visível a decepção no rosto de quem havia me contratado, por conta da diferença entre meu *composite* e a aparência real" (SINGER, 2010, p. 113).

Tal declaração comprova a difícil condição para manter o corpo exageradamente magro, dentro dos padrões exigidos pela estética idealizada [branca] do mundo das passarelas. Essa matéria sobre Kim Noorda deve ser entendida no contexto mais amplo dessa edição de *Vogue*, que a publica juntamente com o editorial *Body couture*, fotografado por Jacques Dequeker. Ao deixar claro que a aposta é em um discurso que "[...] elege o corpo feminino como a grande estrela da edição", a editora Daniela Falcão parece querer mostrar duas faces da mesma moeda (ou melhor, duas medidas para um mesmo corpo): de um lado, reconhece seus limites, mas de outro, o exalta com termos que remetem ao poder de sedução: "[...] como nesse caso recheio é fundamental, acionamos Alessandra Ambrósio, modelo sinônimo de corpo saudável, feminino e curvilíneo" (FALCÃO, 2010a, p. 17).

Mesmo o corpo de Ambrósio não pode ser considerado saudável e muito menos curvilíneo se comparado com as formas de Gisele Bündchen, por exemplo. Nesse sentido, a estética da magreza extrema, personificada por Kate Moss na década de 1990, pode ter sido retomada no fim da primeira década de nosso século como parte de um processo de revalorização do padrão europeu de corpo no contexto globalizado da moda contemporânea. É importante ressaltar que o editorial *Body couture* faz referência aos *corsets*: "Os *corsets* são a estrutura dos novos vestidos de noite. Ricos e trabalhados, eles vêm à luz para avisar que, nesta temporada, quem brilha é o corpo feminino, saudável e curvilíneo" (FALCÃO, 2010b, p. 124).

A imagem do *corset*, peça que causou graves deformações corporais em mulheres da elite [branca] da Europa Moderna, é então associada no editorial à ideia de glamour, saúde e feminilidade. Por meio de um discurso de moda bastante ambíguo, *Vogue* não nos deixa esquecer que o padrão estético europeu exerce ainda hoje uma influência determinante nas produções de moda no contexto brasileiro, uma vez que modelos brasileiras de projeção mundial – muitas delas gaúchas e com ascendência europeia – ocupam lugar central nas edições brasileiras de *Vogue*.

Branças, jovens, sensuais e extremamente magras: as modelos acabam personificando o corpo [branco] da moda, mesmo na era da globalização do luxo. Pode-se dizer que tais discursos sobre o corpo [branco] feminino no campo da alta moda e do *prêt-à-porter* de luxo são, a partir de *Vogue*, fruto de uma produção sintonizada com a concepção contemporânea global de beleza corporal, bastante ambígua por sinal: o corpo extremamente magro da modelo Alessandra Ambrósio ganha destaque nesse editorial, após uma década da virada explosiva no padrão de beleza brasileiro liderado por Bündchen.

Há, portanto, em *Vogue* (Paris-Brasil), um movimento dinâmico que se constituiu inseparavelmente de um *corpus* de discursos, um corpo de produtores, um conjunto de lugares de produção de discursos e de produção de produtores de discursos (BOURDIEU e BOLTANSKI, 2008). E tal constituição se aplica perfeitamente à imagem distintiva desse periódico, que celebra em suas páginas o corpo [branco] da moda contemporânea.

Considerações finais

Vimos em edições francesas e brasileiras de *Vogue*, publicadas entre os anos de 2006 e 2010, que a identidade racial branca é (re)construída no campo da moda por meio de um *ethos* sustentado e legitimado pela produção discursiva da "branquidade", justamente a partir da circulação de imagens do corpo [branco] feminino, contribuindo, assim, para a manutenção de privilégios historicamente "invisíveis", dos quais o grupo branco usufrui nas mais diversas esferas da vida social. Pode-se dizer que as análises demonstraram quanto a hegemonia simbólica desse corpo aparece "naturalizada" por um racismo diferencialista e culturalista.

Apesar de ser sempre situada, a branquidade pode adquirir diferentes configurações simbólicas, dependendo de como a brancura é atravessada por outras formas de dominação em distintos contextos. Mas isso não impede que possamos identificar mais convergências do que divergências estéticas no que diz respeito ao padrão de beleza europeu no universo da moda contemporânea vendida em *Vogue* por meio de seu "classicismo intemporal".

Em um sentido mais amplo, a construção imagética e imaginária aristocrática [branca] em *Vogue* contribui historicamente para a reprodução do poder racial branco. Redatoras-chefes, editoras de moda, fotógrafos, criadores, críticos e jornalistas de moda integram um conjunto particular de profissionais legitimados no e pelo campo, transmitindo todo o potencial simbólico de seu conceito institucional de vanguarda. As breves análises trazidas neste artigo sobre a produção discursiva (textual e imagética) do corpo [branco] em *Vogue* serviram para tornar visível um corpo incolor, neutro, transparente, como uma "porta de vidro" (PIZA, 2002).

Espero, finalmente, ter "marcado" e "nomeado" uma cultura [branca] hegemônica a partir do universo da moda de vanguarda para tornar a branquidade mais visível aos dominantes, apontando dimensões brasileiras e francesas do mesmo privilégio branco – estas ligadas tanto a um "lugar de vantagem" quanto a um "ponto de vista", como bem salientou Ruth Frankenberg (1993).

NOTAS

^[1] Tese de doutorado defendida junto ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGI/CH), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Área: Estudos de Gênero. Orientação de Cristina Scheibe Wolff e co-orientação de Susana Bornéo Funck. Agradecimentos: bolsa CNPq e bolsa Capes-Cofecub n. 692/10, sob a coordenação no Brasil de Miriam Pillar Grossi (UFSC) e, na França, de Agnès Fine (UTM).

^[2] O uso de colchetes no termo "branco" (incluindo sua aplicação no plural e/ou no feminino) tem o objetivo de chamar a atenção para a invisibilidade cultural e histórica que o corpo branco adquiriu no processo de construção social da branquidade. Se a "negritude" configurou-se como um movimento literário e artístico que buscava valorizar os aspectos positivos da(s) cultura(s) ou da(s) identidade(s) negra(s), pode-se dizer que o termo "branquidade", adaptado de *whiteness* (do inglês) e de *blanchité* (do francês), faz referência à tradução material e ideal das relações sociais racistas favoráveis ao grupo social de Brancos(as) (KEBABZA, 2006). Nesse sentido, a escolha dessa tradução em português – em vez de "branquitude" – vem de encontro, justamente, à ideia de que este último poderia ser apenas uma afirmação daquilo que seria positivo em uma cultura "branca", o que é perfeitamente contraditório ao conceito desenvolvido aqui.

^[3] Termos utilizados para fazer referência ao segmento da "moda de luxo" vendida em *Vogue*, marcada historicamente pela invenção da alta-costura (*haute couture*) na França e mais recentemente pela produção em série (mas relativamente restrita) de coleções sazonais. O Brasil, que não possui tradição na linha de alta-costura, está empenhado desde os últimos anos em fabricar e exportar produtos dessas coleções de alta qualidade com maior valor agregado, incluindo nesse objetivo, principalmente, as marcas que participam dos eventos São Paulo Fashion Week (SPFW) e Rio Fashion. Essa "moda de luxo" abrange ainda outros importantes setores, tais como acessórios e perfumes.

^[4] Exposição do Palais Galliera, Musée de la mode de la Ville de Paris, parte do programa *hors-les-murs aux Docks, Cité de la Mode et du Design* que ocorreu entre 16 de fevereiro e 19 de maio de 2013.

REFERÊNCIAS

ALT, Emmanuelle. *L'Idole. Vogue Paris*, n. 884, fev. 2008, p. 252-263.

BOUAMAMA, Saïd; CORMONT, Jessy; FOTIA, Yvon (Dir.). *Dictionnaire des dominations de sexe, de race, de classe*. Collectif Manouchian. Paris: Syllepse, 2012.

BOURDIEU, Pierre; BOLTANSKI, Luc. *La production de l'ideologie dominante*. Paris: Demopolis, 2008.

CARDOSO, Lourenço. Retrato do branco racista e anti-racista. *Reflexão e Ação*, v. 18, n. 1, 2010, p. 46-76.

CARTA, Patrícia. Ponto de vista. *Vogue Brasil*, São Paulo, n. 334, 2006.

COLMANT, Marie. Bad Girls. *Vogue Paris*, n. 884, fev. 2008. p. 234-241.

FALCÃO, Daniela. Ponto de vista. *Vogue Brasil*, São Paulo, n. 383, 2010a, p.17.

_____. Body couture. *Vogue Brasil*, São Paulo, n. 383, 2010b, p.124-133.

FRANKENBERG, Ruth. *white women, race matters: the social construction of whiteness*. University of Minnesota Press, 1993.

HALL, Stuart. *Identités et cultures 2: Politiques des différences*. Paris: Amsterdam, 2013.

KEBABZA, Horia. L'universel lave-t-il plus blanc?: Race, racisme et système de privilèges. *Les cahiers du CEDREF* (En ligne), n. 14, 2006. Disponível em: <<http://cedref.revues.org.gate3.inist.fr/428>>. Acesso em: 13 out. 2013.

NOVELLI, Daniela. *Juventudes e imagens na revista Vogue Brasil (2000-2001)*. Florianópolis, 2009. 275f. Dissertação (Mestrado em História do Tempo Presente) – Universidade do Estado de Santa Catarina.

OLIVEIRA, Nucia Alexandra Silva de. Representações da beleza feminina na imprensa: uma leitura a partir das páginas de *O Cruzeiro*, *Cláudia* e *Nova* (1960/1970). In: FUNCK, Susana Bornéo e WIDHOLZER, Nara (Org.). *Gênero em discursos da mídia*. Santa Cruz do Sul/RS: EDUNISC, 2005.

PIZA, Edith. Porta de vidro: entrada para a branquitude. In: CARONE, Iray; BENTO, Maria Aparecida Silva (Org.). *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002, p. 59-90.

SINGER, Sally. A luta por um corpo normal. *Vogue Brasil*. São Paulo, n. 383, 2010. p. 112-114.

VOGUE BRASIL São Paulo, n. 334, 2006.

_____. São Paulo, n. 383, 2010.

VOGUE PARIS. Paris, n. 884, fev. 2008.