

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

## JOVEM, MAGRA E BELA: TWIGGY, MODA FEMININA E MODELOS PROFISSIONAIS ADOLESCENTES

Santos, Cleide Maria Amorim dos; Ms; Universidade Estadual do Ceará,  
[cleide.amorim@uece.br](mailto:cleide.amorim@uece.br)<sup>1</sup>

Rodrigues, Kadma Marques; PhD; Universidade Estadual do Ceará,  
[kadma.rodrigues@uece.br](mailto:kadma.rodrigues@uece.br)<sup>2</sup>

Grupo de Pesquisa Economia Criativa, Cultura e Sociedade

**Objetivo:** Discutir o entrelaçamento entre novas representações do feminino, da moda e da juventude a partir das imagens inaugurais da moda *sixtie* construídas com a modelo Twiggy, no prêt-à-porter londrino dos anos 1960, as quais marcaram, por um lado, a ruptura com os padrões de elegância parisienses centrados na maturidade, e por outro, a irrupção das adolescentes na atividade profissional de modelo. **Abordagem da pesquisa:** A análise relaciona a emergência de novas representações do feminino na moda, centradas na juventude e no estilo de vida londrino dos anos 1960, e a vigência dos critérios de escolha de mulheres para o exercício da atividade de modelo. Ela parte das imagens consagradas da aparência jovem da adolescente inglesa Twiggy, de 16 anos e 42 quilos, as quais foram gestadas no experimentalismo do cabeleireiro Vidal Sassoon, do fotógrafo Barry Lategan e da criadora de moda Mary Quant. Foram selecionadas para análise 10 imagens da referida modelo, produzidas entre 1966 e 1969 e disponibilizadas de forma online em duas coleções fotográficas que homenageiam sua trajetória, a saber, o catálogo da National Portrait Gallery “Twiggy: A Life in Photographs” e o site “twiggy-lawson”. **Descobertas:** A modelo Twiggy teve, por meio do trabalho criativo de uma equipe, suas características de juventude e magreza realçadas com o fim de produzir uma nova representação feminina na moda. Como resultado obteve-se uma imagem de interseção entre a menina e o menino, entre a

---

<sup>1</sup> Psicóloga, Professora no Curso de Psicologia da Universidade Estadual do Ceará (UECE), Pesquisadora em Moda no Grupo de Pesquisa Economia Criativa, Cultura e Sociedade, Mestre em Sociologia (UFC), DEA em Etnologia e Antropologia Social (EHESS-Paris), Doutoranda em Sociologia (UECE).

<sup>2</sup> Doutora em Sociologia (UFC, 2006), Pós-Doutorado na Université de Lille 1 (2012), Docente Permanente no Programa de Pós-Graduação em Sociologia – PPGS – (UECE), líder do Grupo de Pesquisa Economia Criativa, Cultura e Sociedade registrado no Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq

# ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

criança e a mulher. As representações do feminino e de juventude, introduzidas então na moda pelo prêt-à-porter londrino, constituíram-se referências para além da sua consagração no período *sixtie*, especialmente no âmbito do trabalho de modelo profissional. A pesquisa destaca dois elementos: a adolescência e o baixo peso. Ambos convergem para a indefinição de um corpo em formação, entre a infância e a maturidade, sem formas femininas proeminentes, cuja esbelteza faz sobressair projetos e produtos de moda. **Limitações:** O universo do trabalho das modelos profissionais é constituído a partir de múltiplas determinações, dentre as quais as referências estéticas gestadas nos processos criativos intrínsecos à moda são uma delas. Limitamo-nos, aqui, às relações entre representações de feminino e de juventude na origem da moda jovem e alguns critérios requeridos para o exercício desta profissão na contemporaneidade. **Implicações práticas:** Esta pesquisa pretende contribuir para o conhecimento acerca das lógicas próprias que subjazem à elaboração dos critérios de escolha e celebração no campo de trabalho das modelos profissionais, a partir do estabelecimento de cânones de juventude no universo da moda. **Originalidade:** A pesquisa aprofunda a compreensão dos elementos condicionantes das tomadas de decisão nos processos de criação e exposição dos produtos de moda, envolvendo a escolha de modelos profissionais, sob a égide do universo da cultura e do consumo juvenis. A abordagem do caso da modelo londrina Twiggy, como imagem inaugural e de referência da juventude na moda, potencializa a originalidade dessa proposta. **Três principais autores que embasaram a pesquisa:** Diana Crane (2006) e o papel social da moda; Frederic Godart (2011) e a tomada de decisões criativas na seleção de modelos; Elisabeth Murilho da Silva (2011) e a moda e a cultura juvenil contemporânea.

**Palavras-chave:** moda jovem; moda feminina; modelos profissionais.