

**Rigidez e relaxamento: a emergência da cultura juvenil e seus impactos  
na moda e no comportamento**

**Stiffness and relaxation: the emergence of youth culture and its impact on  
fashion and behavior**

Elisabeth Murilho da Silva, Doutora em Ciências Sociais – Antropologia,  
Professora da Universidade Federal de Juiz de Fora.

**Resumo:**

Esse trabalho pretende analisar as relações entre moda e comportamento social, partindo da noção de “relaxamento” dos códigos de conduta em sociedade a partir dos anos 1960, tratada por Norbert Elias em algumas de suas obras. Nesse sentido, a intenção aqui é relacionar as mudanças na vestimenta e nos padrões de comportamento socialmente admitidos a partir da emergência e da valorização da cultura juvenil.

Palavras-chave: cultura juvenil, moda, comportamento social.

**Abstract:**

This study aims to examine the relationship between fashion and social behavior, based on the notion of "relaxation" of codes of conduct in society since the 1960s, treated by Norbert Elias in some of his works. In this sense, the intention here is to relate the changes in dress and in behavior patterns of socially accepted from emergency and recovery of youth culture.

Keywords: youth culture, fashion, social behavior.

**Moda e códigos de conduta**

Ao se falar em moda pensa-se, invariavelmente, no vestuário e demais aspectos ligados a ele, como os calçados, jóias, cabelos, maquiagens, enfim, no conjunto que envolve o acordo da aparência física com uma determinada

época. No entanto, sabe-se que a moda abarca bem mais do que isso, e é já de senso comum o fato de que há uma moda de ideias, de nomes, de hábitos culturais, de comportamentos e, como se diz contemporaneamente, de atitudes.

Nesse sentido, o presente trabalho procura demonstrar de que maneira as mudanças no vestuário, refletem uma mudança do comportamento, indo da rigidez, do espartilho e do comportamento social no século XIX, ao relaxamento das roupas de tecidos lavados e desgastados que, a partir dos anos 1970, refletem a atitude juvenil.

A juventude, como tantos estudos já destacaram (BOURDIEU: 1983; MAUGER: 1985; PERROT: 1985 e 1992; para citar alguns) sempre foi algo a ser interpretado socialmente. Isso quer dizer que, até a segunda metade do século XX, a idade de uma pessoa considerada como jovem variava, para mais ou para menos, dependendo do período e da sociedade. Como, de maneira geral, a juventude era uma fase desprestigiada em relação à fase adulta e madura, os jovens desejavam livrar-se o mais breve possível desse momento de “moratória social”, conforme as palavras de Michelle Perrot. A falta de um estatuto social para o jovem fazia com que as pessoas vivessem diferentemente essa fase da vida: para os mais pobres ela simplesmente não existia. Segundo Philippe Ariès, passava-se da infância à fase adulta, uma vez que se começava a trabalhar muito precocemente, a criança passava a fazer parte do mundo dos adultos, de seus jogos e preocupações a partir do trabalho. Claro, há que se considerar a tutela da família sobre o jovem, mesmo já emancipado pela iniciação profissional precoce, só seria plenamente reconhecido como adulto a partir do casamento. De outra parte, para os jovens ricos, a educação propunha um longo caminho a ser percorrido, no qual nenhuma função importante lhes seria designada. Na Veneza Renascentista, por exemplo, a organização das festas e, principalmente, do carnaval era a única atribuição dos jovens de famílias aristocráticas. Pois, à juventude se atribuía paixões desreguladas, falta de comedimento, excessos, atitudes bastante conformes com o carnaval. Já para as mulheres, ricas ou pobres, a juventude era a fase que antecedia ao casamento, que poderia acontecer muito precocemente, dependendo dos interesses familiares (PERROT, 1992).

Assim, até o final do século XVIII a juventude era algo a ser superado o mais rapidamente possível. A adoção da barba e das roupas escuras, sisudas pelos homens tinha a intenção de promover uma aparência de maturidade. Em outros momentos, como na Alemanha do século XIX, a prática do *Mensur*, um tipo de duelo (ELIAS: 1997; GAY:1995) tinha como objetivo marcar o rosto dos jovens com uma cicatriz para tornar visível um sinal de maturidade e, ao mesmo tempo, pertencimento a uma classe aristocrática.

A moda na Modernidade, como uma época que tem como modelo a maturidade, celebra a seriedade do traje escuro adotado pelo homem burguês e, ao mesmo tempo, a exuberância da roupa feminina destinada à mulher casada, ricamente adornada, empertigada, espartilhada e domada. Nesse momento a moda reflete as diferenças de classe social (SIMMEL: 2008) e o espaço público urbano dá lugar ao espetáculo que a manipulação das identidades através da roupa pode proporcionar (SENNETT: 1998).<sup>1</sup>

Marivaux, um dramaturgo do século XVIII, em cujas peças o travestir-se é um recurso de crítica moral e social, em *Le jeu de l'amour et de l'hasard* (1730), coloca em cena a jovem Sílvia, pouco inclinada à ideia de casar-se com um homem que não conhece e escolhido por seu pai. Desejando sondar melhor seu pretendente sem comprometer-se, Sílvia propõe uma troca de lugar com sua criada, Lisette, que ao vestir-se de patroa, assume integralmente o papel quando é apresentada ao jovem Dorante. Ocorre que Dorante, o pretendente, também desejava saber da sinceridade dos sentimentos de Sílvia e trocou de roupas e de lugar com seu serviçal, Arlequin. Nessa farsa, embora vestidos como empregados Sílvia e Dorante se apaixonam, e como vítimas de seus disfarces e do romantismo, acreditam estar amando alguém de classe inferior, mas nada importa diante do amor. Já os empregados também se apaixonam, mas acreditam terem tirado a sorte grande, amando alguém de classe superior à sua. Marivaux, no entanto, ao provocar essas inversões, demonstra que o pertencimento a uma classe social é reconhecível para além das roupas. Sílvia e Dorante como os refinados empregados e Lisette e Arlequin como os grosseiros patrões denunciam o *habitus* de classe de que Bourdieu falará mais tarde.

Esse exemplo pretende demonstrar que mesmo que a indumentária, em particular os itens associados à moda, tenham servido à identificação das classes sociais de seus usuários, o comportamento, traduzido no domínio de determinadas etiquetas, sempre foi um importante fator na comprovação de quem é quem. Na obra de Marivaux os ricos manifestam pouco suas reais emoções, são comedidos em termos da expressão de ideias e juízos, enquanto os pobres são mais espontâneos, expansivos, entusiastas. Os movimentos tão desenvolvidos de Lisette pensando seduzir o pretendente de sua patroa não combinam com sua roupa restritiva. Ao passo que Sílvia caminha com passos curtos, cora diante das palavras de seu irmão – que já sabe da farsa – encorajando maior intimidade entre os empregados, tão habituada à educação de dama aristocrática. Abandonar a posição social pelo amor tem, para Marivaux, mais um apelo moral que propriamente político e, portanto, não preconiza a revolução burguesa que está por vir.

Assim como os personagens dessa peça, a sociedade moderna é o resultado de códigos de conduta, enfim de um *habitus*<sup>2</sup> há muito tempo internalizado. Segundo Elias (1994) em *O Processo Civilizador*, as sociedades foram, aos poucos, adotando os códigos de etiqueta e de conduta como forma de “civilizar” suas relações, regulando-as em todos os níveis, na tentativa de afastar as oportunidades ou situações que levavam aos confrontos violentos. Tal processo tem origem na França, culminando na corte de Luis XIV, o Rei Sol, que durante sua infância sobreviveu a vários atentados contra sua vida por parte de facções que desejavam o poder e brigavam entre si. Ao substituir essas lutas violentas por conquistas no campo simbólico, do domínio da etiqueta de corte e da elegância, Luis XIV se colocou no centro de um jogo poderoso, cujas regras apenas ele dominava<sup>3</sup>.

Dessa forma, a moda será o reflexo do comportamento em sociedade, sendo mais regulada, rígida e ornamental quanto mais os hábitos sociais forem ritualizados, codificados e marcados pela distância em relação às emoções naturais. Em congruência com essa questão, conforme já mencionado acima, a roupa feminina do século XIX até os anos 1950 será o reflexo do papel da mulher na sociedade burguesa. Sua principal preocupação em termos de elegância será a adequação e, principalmente, não ser confundida com a

prostituta. À mulher casada, curiosamente, se permite maior liberdade do que à mulher solteira, e a roupa reflete isso em termos de decotes e cores.

A elegância, quase sempre atributo de quem podia pagar por ela, baseava-se no domínio do código de vestir. Essas regras, sempre cambiantes, garantiam que alguns estavam dentro e outros fora da moda (LIPOVETSKY: 1999); uns eram considerados elegantes, tinham bom gosto e outros, simplesmente eram deselegantes, tinham mau gosto. Na maioria das vezes, o melhor era confiar no gosto do costureiro, que decidia a partir de critérios pessoais o que seria ou não moda.

Como característica dessa sociedade, e também da crescente importância da vida urbana, Worth, Paquin, Lanvin, Poiret e Chanel vestiam as mulheres burguesas, maduras e estabelecidas, considerando a clientela potencial de mulheres casadas em torno de 30 anos e com preocupações de distinção social. Os momentos de exibição desses belos trajes eram também amplamente regrados: jantares, bailes, coquetéis diurnos, corridas de cavalo, chás de caridade... Enfim, momentos em que, como diz Simmel, “pessoas vestidas de modo semelhante tendem a comportar-se de forma semelhante”. Nesses momentos a adequação – ao horário, ao decoro, ambiente e à ocasião – é o principal quesito de elegância. A rigidez do comportamento se soma à da roupa, fazendo com que a vida social nesse período seja marcada por uma forte repressão e controle de si.

A produção, em grande parte artesanal, da alta costura que tem como centro o costureiro-criador perdura até os anos 1950, quando Christian Dior obtém grande sucesso com o modelo batizado de *new look* (1947), que retoma a silhueta feminina do antigo regime, nesse momento comprimida por cintas supostamente mais confortáveis que o antigo espartilho (MENDES e De La HAYE, 2003). Mas embora houvesse o desejo de escapismo, de esquecer a guerra e seguir a proposta de Dior que propunha um modelo de mulher frágil e delicada, a alta costura já não conta mais com tantas clientes e, de outra parte, o desejo de moda das camadas médias faz com que a indústria avance em direção ao *prêt-à-porter*. Paralelamente, para familiarizar as camadas

ascendentes com o modo de vida burguês, as revistas dirigidas ao público feminino vão ampliar o alcance dos códigos de conduta e da etiqueta social.

Paralelamente, seguindo o modelo americano, Paris se converte muito lenta e gradualmente à produção industrial de moda, sendo momentaneamente superada por Londres, que surge como Meca da moda juvenil nos anos 1960. A Carnaby Street, rua londrina dedicada ao consumo juvenil *prêt-à-porter*, torna-se um importante centro de difusão de moda. A indústria londrina percebe mais cedo o potencial de consumo da juventude, fruto do *baby boom* e que vive o conforto do crescimento econômico e do estado de bem estar social. Uma grande parcela da juventude americana e europeia passa a contar com um pequeno orçamento proveniente de mesada ou de pequenos trabalhos (HOBBSAWM, 1995), e pode pela primeira vez na história, desfrutar da condição juvenil. Nesse sentido, a revolução da moda londrina, tendo como figura central Mary Quant e Barbara Hurlanick (lojas Biba) decretam o fim do traje completo, oferecendo peças intercambiáveis, de tecidos mais baratos, mas com design moderno. A durabilidade perde espaço como critério de compra.

No que se refere ao comportamento, a revolução da moda londrina é já a revolução da juventude, introduzindo um sopro de espontaneidade na rigidez de uma sociedade que tinha como sinônimo de civilização a capacidade de manter um alto nível de autocontrole (ELIAS: 1992). Pela primeira vez os valores juvenis passam a ser celebrados, primeiro, mais visivelmente, através do consumo, mas depois a partir da própria rejeição a todo um modo de vida das gerações anteriores.

O surgimento da mini-saia em 1967, proposto simultaneamente por André Courrèges e Mary Quant colocou em moda um ideal de mulher adolescente, deslocando a sensualidade das formas voluptuosas em torno dos seios e dos quadris, evidentemente ligados à fertilidade, para um modelo um tanto esquelético, inocente, da colegial ou da menina, que mostra as coxas. Esse novo modelo de sensualidade também celebra a desvinculação entre o sexo e o casamento, mais concreto a partir da popularização da pílula anticoncepcional, desde o começo da década.

A emergência de uma cultura juvenil proporcionou um questionamento dos valores até então estabelecidos e aceitos, culminando com o levante estudantil de maio de 1968 na França, mas também em outras grandes cidades do mundo. A revolta contra o sistema escolar transformou-se na revolta contra toda forma de autoridade, a recusa dos valores da sociedade burguesa e industrial e a busca por maior liberdade individual. Alguns desses ideais orientaram o surgimento da cultura *hippie*, como o desejo de retomar valores comunitários e religiosos, ao mesmo tempo em que proliferava uma tendência de evasão e hedonismo a partir das drogas e do sexo. Desse processo resulta a imposição de alguns valores juvenis na cultura da sociedade e a expansão do culto ao indivíduo.

No cenário da moda, após certo atraso, alguns criadores parisienses se convertem ao *prêt-à-porter*, como Yves Saint-Laurent, André Courrèges e Pierre Cardin, enquanto Balenciaga se retira definitivamente da moda. A inspiração passa a vir da rua, com a tradução de símbolos da cultura juvenil para a passarela. A partir desse momento a moda de cem anos, em que o costureiro dita as tendências a partir de seu gosto pessoal, está fadada ao fracasso. O estilo passa a orientar as escolhas em termos de gosto e de moda, expressando os engajamentos pessoais, políticos e culturais dos indivíduos.

A sociedade passa a se vestir orientada pela emergência da cultura juvenil, mas também pela valorização desse grupo etário em detrimento dos outros. Disso resulta a adoção de um visual mais descontraído e colorido por todos os grupos sociais, inclusive com as influências da cultura *hippie*, que traduzida para a moda, acabou por alcançar um público bem maior que suas ideologias. Essa descontração na moda, no entanto, permaneceu restrita ao vestuário nos ambientes universitários, na rua e no lazer, pois no trabalho prevalecia o modelo conservador do traje burguês adotado ainda no século XIX, que denotava a seriedade. Para as mulheres, raras empresas permitiam o uso da calça comprida e para ambos os sexos as calças *jeans* estavam proibidas. Um relaxamento dos hábitos já predominava nos ambientes universitários, no lazer, na família, e a adoção de um vestuário mais confortável, informal, natural é seu reflexo mais visível.

Tudo isso talvez se deva ao fato de que o comportamento juvenil dos anos 1960 e 1970, do qual os *hippies* são o maior exemplo, rejeitavam os valores do trabalho na sociedade burguesa e industrial, preferindo alternativas como as atividades artesanais e artísticas. Nesse sentido, os ambientes de trabalho como os escritórios, sofreram pouca intervenção da cultura juvenil no período, permanecendo como lugares em que a lógica capitalista da dedicação e do lucro se traduzia pelo comportamento conservador em termos de vestimenta e aparência.

Já os anos 1980 assistem, por um lado, a uma crise econômica que leva ao fim os chamados “30 gloriosos” e à crise do petróleo, instaurando um período prolongado de incertezas em todo o mundo. Na Inglaterra, e em outras partes do mundo, como no Brasil, surgem os *punks*, como a expressão juvenil da crise. Nesse contexto, o *No Future* que os *punks* afixavam nas suas roupas é bastante preciso. De início é o visual *punks* que mais chama a atenção: calças *jeans* muito apertadas, curtas e rasgadas, jaquetas de couro muito usadas, perfuradas por pregos, alfinetes e rebites, camisetas rasgadas e coturnos ou tênis de cano alto. Tudo isso encimado por um corte de cabelo absolutamente inusitado, inspirado nos índios moicanos, os *punks* raspavam quase toda a cabeça, deixando uma fileira na parte central que eram eriçadas com a ajuda de sabão ou gel. Os principais adereços eram alfinetes de fralda, correntes, inclusive de bicicleta e pregos. Os *punks* se colocavam como o lixo da sociedade industrial (ABRAMO, 1994).

Toda essa proposta vestimentar agressiva, andrajosa, além de expressar um mal estar e um estilo subcultural, manifesta também um desejo de não ser absorvido pela moda, de não ver seus símbolos massificados. Assim, o visual propositalmente agressivo procura destacar-se, denunciar e não se ver capturado, o que efetivamente acontece pouco tempo depois, quando o preto e as mensagens niilistas tomam conta da moda.

Já nos Estados Unidos, a ascensão de Ronald Reagan favorece a emergência de valores mais otimistas para a sociedade norte-americana. Ao contrário do cenário de crise, da rigidez moral da era Carter, o que surge com o novo governo é a cultura do dinheiro, que é simbolizada pela emergência dos

*yuppies*. Jovens, brancos e urbanos de origem classe média, os *yuppies* trabalham no mercado financeiro e logo se habitua ao jogo da bolsa de valores, ganhando ou perdendo grandes fortunas muito rapidamente. Como marca dessa nova geração, será o consumo e não a poupança o destino das fortunas ganhas por esses jovens. Grandes apartamentos em bairros tradicionais, mas também a transformação de plantas industriais em moradias modernas, o gosto pela arte contemporânea, por objetos de luxo e pela moda, os *yuppies* contribuem para a ascensão das *grifes* como símbolo da roupa que confere status. Analogamente à primeira parte do século XX, esses jovens reintroduzem os sinais visíveis de pertencimento a uma classe social, a construção da aparência a partir do poder econômico, com signos visíveis desse poder. Ao mesmo tempo, todo esse visual identificado com marcas caras e considerado luxuoso, está também associado à descontração juvenil, ao conforto, à atitude *cool* ou “descolada”, de um vestuário que não exibe mais ornamentos e nem se diferencia tanto do que jovens de origem popular estão usando.

A partir de sua forte inserção no mercado de trabalho e em postos de poder, os jovens passam a introduzir novos valores nesses ambientes. Em primeiro lugar a admissão da calça *jeans* como roupa de trabalho. Disso resulta também a transformação da calça *jeans* em artigo aceito a partir de sua inserção como artigo de luxo. Yves Saint-Laurent desfila *jeans* na passarela (MONNEYRON, 2004) e Pierre Cardin lança uma linha de jeans. O novo estilo de jovens trabalhadores de sucesso também ajudam a promover a ascensão da moda produzida na 7ª Avenida, em Nova Iorque, como Ralph Lauren, Donna Karan ou Calvin Klein, já mais casuais que a moda européia.

Nesse sentido, a partir dessa análise, a introdução de valores juvenis na sociedade promoveu um maior relaxamento entre os indivíduos em várias esferas da vida, sendo a moda para o ambiente de trabalho apenas um exemplo. De outra parte, a valorização da juventude a partir dos anos 1960 se traduz, ao longo das décadas seguintes, por uma orientação de toda a sociedade por valores que celebram a juventude, como o culto ao corpo jovem ou à importância dos “jovens talentos” em detrimento da experiência. A

juventude não é mais uma fase da vida, mas um período que se cristaliza a partir da imposição de comportamentos e atitudes tidos como juvenis.

#### BIBLIOGRAFIA:

ABRAMO, H. W. *Cenas juvenis – punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo, Scritta, 1994.

BOURDIEU, P. “A juventude é apenas uma palavra”. In: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.

COSTA, M. R. *Os “carecas do subúrbio” – caminhos de um nomadismo moderno*. Petrópolis, Editora Vozes, 1993.

ELIAS, N. *Os Alemães – a luta pelo poder e a evolução do habitus nos séculos XIX e XX*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.

\_\_\_\_\_, *A sociedade de corte*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2001.

\_\_\_\_\_, *O processo civilizador. Uma história dos Costumes*. Vol. 1. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1994.

\_\_\_\_\_ e DUNNING, E. *Deporte y ocio em el proceso de civilizacion*. México, Fondo de Cultura Económica, 1992.

LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo, Companhia das Letras, 1999.

MAUGER, G. “La categorie de jeunesse – Essai d’inventaire, de classement e de critique de quelques usages courants ou savants”. In: PROUST, F. (coord.). *Les jeunes et les autres – contributions de sciences de l’homme à la question des jeunes*. Vol. 1. Centre de Recherche Interdisciplinaires de Vaucresson – CRIV, 1985, pp. 43-63.

PERROT, M. *Os excluídos da história: operários, mulheres, prisioneiros*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1992.

SENNETT, R. *O declínio do homem público – as tiranias da intimidade*. São Paulo, Companhia das Letras, 1998.

SIMMEL, G. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa, Edições Texto & Grafia, 2008.

WOLFE, T. *Radical chique e o novo jornalismo*. São Paulo, Companhia das Letras, 2005.

---

<sup>1</sup> MARIVAUX, P. C. de Chamblain de. *Les chefs d'ouvres de Marivaux*. Rio de Janeiro, América Editora, 1945.

<sup>2</sup> Emprega-se aqui a definição de *habitus* de Norbert Elias, a partir de sua obra *Os Alemães*. Elias foi o primeiro a utilizar essa palavra, com sentido ligeiramente distinto de Bourdieu, designando uma “segunda natureza” ou “saber social incorporado”.

<sup>3</sup> Sobre essa questão ver ELIAS, N. *A sociedade de corte*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 2001.