

A DÉCADA DE 50 E A PRESENÇA DA JAQUETA DE COURO NA FORMAÇÃO DE UMA NOVA IDENTIDADE SOCIOCULTURAL NORTE- AMERICANA

Gabriela Pereira de Napoli e Vanessa Alves de Souza
gabriela.napoli@usp.br; vanessa.alves.souza@usp.br

Grupo de trabalho: Moda, Cultura e Historicidade.

Curso de Bacharelado em Têxtil e Moda –

Escola de Artes, Ciências e Humanidades – Universidade de São Paulo

Resumo

O projeto reúne informações sobre a década de 50 em relação à juventude norte-americana, levantando aspectos sobre a forte presença da subcultura *biker* no país e o uso da jaqueta de couro na busca por uma forma de identificação.

Palavras-chave

Jaqueta de couro – identidade – *bikers*

Introdução

No contexto do “pós-guerra”, a década de 50 surge como sinônimo de mudanças nos Estados Unidos. Contudo, o retorno dos oficiais para seus lares e rotinas gerou problemas de readaptação, sobretudo por parte dos jovens combatentes, impelidos a retomar seus antigos hábitos após as vivências da guerra.

A imagem de prosperidade e conformismo social vendida pelo *status quo* norte-americano não mais era compatível com o perfil destes rapazes, os quais sentiam seu livre-arbítrio e expressividade limitados.

A procura por modos de vida condizentes aos seus anseios individuais aproximou pequenos grupos em busca de uma identidade. E isso impulsionou a incorporação de símbolos atribuídos a objetos com grande estima social, levando à produção de uma nova configuração cultural.

A **jaqueta de couro** usada pelos oficiais de guerra foi um destes instrumentos para a construção de uma aparência diferenciada. Influenciados por um estilo de vida livre, cercado de atitude e poder, estes jovens aderem a um comportamento visando descaracterizar as diretrizes socioculturais e demonstrar seu inconformismo. Neste contexto surgem os *Bikers*, grupo composto de jovens vestindo botas e montados em motocicletas, os quais

passaram a incorporar também a jaqueta de couro e o perfil rebelde e liberal a ela associado.

Primeiramente vistos como arruaceiros e delinquentes, os *Bikers* rapidamente passam de vilões a heróis e se tornam figuras ícones do processo cultural da época. Marlon Brando, no filme *The Wild One* (1954), populariza a imagem dos *Bikers* mostrando-os como rapazes cheios de atitude, emblemas de força e jovialidade, transgressores de um padrão de vida tradicional.

O uso da jaqueta propõe um símbolo de *status* como parte da transmissão de um discurso. A roupa – neste caso, uma versão de anti-moda – promove a comunicação entre o indivíduo e o ambiente.

O presente projeto aborda o uso da jaqueta de couro na sociedade norte-americana dos anos 50, questionando a tendência da “reinvenção de si” e da busca pela distinção social. Com isso, traça-se uma linha de raciocínio sobre as principais influências da subcultura *Biker* e discute-se a jaqueta de couro como um símbolo de identificação.

Este estudo contou com a coordenação da Prof^a Dra. Silvia Barros de Held (PhD), docente da Universidade de São Paulo. Agradecemos sua atenção e colaboração no desenvolvimento deste projeto.

Metodologia

A pesquisa foi pautada em torno de rápida análise semiótica e de alguns aspectos da sociologia a partir de um levantamento bibliográfico envolvendo estudiosos das áreas, bem como trabalhos publicados que promoveram temas pertinentes para a elaboração do projeto.

Conclusão

A jaqueta de couro torna-se símbolo e bandeira de uma geração de jovens que se recusam à condescendência com as normas sociopolíticas desse momento histórico.

O discurso abalou o cenário social do país na década de 50, reproduzindo um novo comportamento contrastante ao tradicional. A estética transgressora da jaqueta aos poucos foi mediada pelos meios de comunicação e transformada em produto de consumo e difusor de reivindicações socioculturais.

Imagens



Figura 01. O ator Marlon Brando, em "The Wild One" (1954).



Figura 02. Modelo de jaqueta de couro usada por bikers.



Figura 03. Os jovens *Bikers* de Hollister, Califórnia (1947)

Referências Bibliográficas

BARTHES, R. **Inéditos, vol. 3: Imagem e Moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BAUDRILLARD, J. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo, Ed. Perspectiva; 5ª ed.: 2009.

CASTELLS, M. **O poder da identidade – A era da Informação**. São Paulo: Paz e Terra, Vol. 2: 2000.

CASTILHO, K. **Discursos da Moda: Semiótica, design e corpo**. São Paulo: Anhembi Morumbi: 2005, p. 57-96.

_____. **Interrelações da mídia, do design do corpo e do design da moda em *Corpo e Subjetividade – estudos contemporâneos***. São Paulo: Factash, 2006.

JOHNSTON, H.; KLANDERMANS, B. **Social Movements and Culture – Social Movements, Protest, and Contention**. Mineapolis, University of Minnesota Press; Vol. 4: 1995.

MESQUITA, C. **Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

PEIRCE, C. S.. **Semiótica**. São Paulo, Ed. Perspectiva, 3ª.ed.: 2000.

SIMMEL, G. **Da psicologia da Moda: um estudo sociológico**. Extraído de: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. *Simmel e a modernidade*. Brasília: UnB, 1998, p. 161-170

Bancos de dados em *online*

GARSON, P. **Born to Be Wild: A History of the American Biker and Bikes 1947-2002**. Disponível em: <<http://migre.me/98uhi>>. Acesso em 03/05/2012.

PHILLIPS, L. **Blue Jeans, Black Leather Jackets, and a Sneer: The Iconography of the 1950s Biker and its Translation Abroad**. John Carroll University. Disponível em: <http://ijms.nova.edu/March2005/IJMS_ArtclPhilips0305.html>. Acesso em 09/05/2012.

Fig. 1 - Disponível em: <<http://everyguyed.com/wp-content/uploads/2010/10/the-wild-one.jpg>>. Acesso em 16/05/2012.

Fig. 2 - Disponível em: <https://allstateleather.b2bparadise.com/images/378/500-500/145328.jpg>. Acesso em 16/05/2012.

Fig. 3 - Disponível em: http://www.onehellofaneye.com/wp-content/uploads/2011/06/hollister_48-copy.jpg. Acesso em 16/05/2012.