



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”
Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda**

YARA COUTO SOUTO MAIOR MENESES

**A ESTÉTICA DO ROCK NA MODA CONTEMPORÂNEA:
UMA ABORDAGEM ANALÍTICA**

AMERICANA, SP

2025

YARA COUTO SOUTO MAIOR MENESES

**A ESTÉTICA DO ROCK NA MODA CONTEMPORÂNEA:
UMA ABORDAGEM ANALÍTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia “Ministro Ralph Biasi”.

Área de concentração: Comportamento de Moda

Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato

AMERICANA, SP

2025

MENESES, Yara Couto Souto Maior

A estética do rock na moda contemporânea: Uma abordagem analítica. / Yara Couto Souto Maior MENESES – Americana, 2025.

56f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda)
- - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi –
Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientadora: Profa. Ms. Daniella Romanato

1. Comportamento do consumidor 2. Cultura e sociedade 3.
Moda. I. MENESES, Yara Couto Souto Maior II. ROMANATO, Daniella
III. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza –
Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi

CDU: 658.89
316.7
687016

Elaborada pelo autor por meio de sistema automático gerador de
ficha catalográfica da Fatec de Americana Ministro Ralph Biasi.

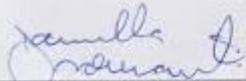
YARA COUTO SOUTO MAIOR MENESES

A ESTÉTICA DO ROCK NA MODA CONTEMPORÂNEA:
UMA ABORDAGEM ANALÍTICA

Trabalho de graduação apresentado
como exigência parcial para obtenção
do título de Tecnólogo em Curso
Superior de Tecnologia em Têxtil e
Moda pelo Centro Paula Souza – FATEC
Faculdade de Tecnologia de Americana
– Ministro Ralph Biasi.

Americana, 27 de junho de 2025

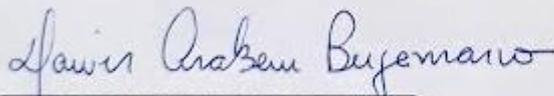
Banca Examinadora:



DANIELLA ROMANATO (Presidente)

Mestre

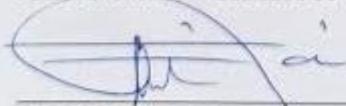
Fatec Americana - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi



DAJVES ARAKEM BERGAMASCO (Membro)

Doutor

Fatec Americana - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi



CARLOS FREDERICO FAE (Membro)

Especialista

Fatec Americana - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a minha orientadora
e a minha família que estiveram ao meu
lado todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora por aceitar conduzir o meu trabalho.

A todos os meus professores do curso pelo conhecimento que me trouxeram.

Agradeço minha família que esteve comigo em todos os momentos fossem eles bons ou ruins.

Agradeço aos meus colegas por estarem comigo nessa jornada maravilhosa.

RESUMO

O *rock'n'roll* sempre impactou a moda com sua rebeldia, autenticidade e atitude. Sua estética, originada nas subculturas dos anos 50 e 60, evoluiu ao longo das décadas para incluir estilos como o *punk*, *glam rock*, *grunge* e *heavy metal*. Além das tradicionais camisetas estampadas e jaquetas de couro, a moda contemporânea vem reinventando esses elementos icônicos, incorporando peças modernas e inovadoras para atender às demandas do mercado sem perder a essência do estilo *rock*. Uma hipótese para essa reinvenção é a inclusão de cortes modernos, materiais diversificados e designs que promovem versatilidade. No entanto, é fundamental equilibrar autenticidade e aceitação pelo mercado, aproveitando as oportunidades de inovação para marcas que adotam essa abordagem. Com a rápida evolução da moda influenciada por fatores culturais, tecnológicos e sociais, este estudo propõe investigar as principais características da moda atual e sua relação com tendências passadas. O objetivo é compreender como a estética *rock* pode ser reinventada, explorando sua origem como influência na moda, analisando o comportamento do público-alvo e estudando marcas e designers que redefinem essa estética de maneira contemporânea. A pesquisa adotará uma abordagem mista, incluindo referências bibliográficas, análise de coleções e coleta de dados através de pesquisa feita pela internet sobre os consumidores desse estilo.

Palavras-chaves: Comportamento de moda; Rock'n'roll; Autenticidade.

ABSTRACT

Rock'n'roll has always impacted fashion with its rebelliousness, authenticity and attitude. Its aesthetic, which originated in the subcultures of the 50s and 60s, has evolved over the decades to include styles such as punk, glam rock, grunge and heavy metal. In addition to the traditional printed T-shirts and leather jackets, contemporary fashion has been reinventing these iconic elements, incorporating modern and innovative pieces to meet market demands without losing the essence of the rock style. One hypothesis for this reinvention is the inclusion of modern cuts, diverse materials and designs that promote versatility. However, it is essential to balance authenticity and market acceptance, taking advantage of opportunities for innovation for brands that adopt this approach. With the rapid evolution of fashion influenced by cultural, technological and social factors, this study proposes to investigate the main characteristics of current fashion and its relationship with past trends. The objective is to understand how the rock aesthetic can be reinvented, exploring its origins as an influence on fashion, analyzing the behavior of the target audience and studying brands and designers that redefine this aesthetic in a contemporary way. The research will adopt a mixed approach, including bibliographical references, analysis of collections and data collection through internet research on consumers of this style.

Keywords: Fashion behavior; Rock'n'roll; Authenticity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Sister Rosetta</i> em 1938 e 1957	15
Figura 2 – Elvis Presley em cena do videoclipe “ <i>Jailhouse Rock</i> ” (1957) e no filme “ <i>Carrossel de emoções</i> ” (1964).....	16
Figura 3 – Wanda Jacson e Elvis Presley (1955), Janis Martin (1958), estudantes usando saia rodada e tênis e Marilyn usando calça jeans (1952).....	16
Figura 4 – <i>The Beatles</i> antes e depois da fama	17
Figura 5 – <i>Continental Co-ets</i> e <i>Goldie and the Gingerbreads</i>	18
Figura 6 – Apresentações das bandas <i>The Rolling Stones</i> (1962) e <i>The Who</i> (1967)	18
Figura 7 – Festival de Woodstock (1969).....	19
Figura 8 –Jimi Hendrix, Joe Cocker, Janis Joplin (1970) e Grace Slick (1969), usando roupas <i>hippies</i>	20
Figura 9 – <i>Pink Floyd</i> , <i>Black Sabbath</i> , <i>Deep Purple</i> e <i>Led Zeppelin</i>	20
Figura 10 – <i>Stooges</i> , cena do filme “ <i>Laranja mecânica</i> ”, <i>Ramones</i> , <i>The sex Pistols</i> e Malcom e Vivianne	21
Figura 11 – Patti Smith (1976) e Debbie Harry (1970)	22
Figura 12 – David Bowie e Alice Cooper e a banda <i>Kiss</i>	22
Figura 13 – <i>Van Halen</i> , <i>Iron Maiden</i> , <i>Metallica</i> e <i>Guns’n’Roses</i>	23
Figura 14 – <i>The Runaways</i> e Lita Ford	23
Figura 15 – <i>Nirvana</i> e <i>Pearl Jam</i>	24
Figura 16 – As bandas <i>L7</i> e <i>Hole</i> e Courtney Love no casamento com Kurt Cobain (1992).....	24
Figura 17 – <i>The Strokes</i> (2003) e <i>Arctic Monkeys</i> (2006).....	25
Figura 18 – <i>Evanescence</i> (1995) e <i>My Chemical Romance</i> (2002).	26
Figura 19 – Amy Lee (2003) e Florence Welch (2023).....	26
Figura 20 – <i>Måneskin</i>	27
Figura 21 – Damiano, Victoria, Thomas e Ethan.....	28
Figura 22 – Looks da coleção de Verão 2022 da Gucci e seu uso pela banda em 2022	29
Figura 23 – Amy Lee (2003) e Florence Welch (2023).....	30

Figura 24 – Skechers em parceria com os <i>The Rolling Stones</i> e Adele calçando um <i>New Balance</i>	32
Figura 25 – Joni Mitchell e as parcerias com marcas de moda.....	32
Figura 26 – Debbie Harry e Iggy Pop na campanha da Paco Rabanne e a campanha da Gucci	33
Figura 27 – Courtney Love para Marc Jacobs e Saint Laurent	33
Figura 28 – Florence para Gucci e Chanel.....	34
Figura 29 – Editorial da Gucci e Damiano no <i>Met Gala</i> , na parceria com a Diesel, ..	34
Figura 30 – Hynde na Sex (1976)	35

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade dos participantes da pesquisa.....	37
Gráfico 2 – Identificação com o estilo <i>rock</i>	38
Gráfico 3 – Locais de consumo do estilo <i>rock</i>	39
Gráfico 4 – Tipo de item consumido por adeptos ao estilo <i>rock</i>	40

SUMÁRIO

1	Introdução	12
2	A origem do <i>rock</i> como influenciador de moda	14
2.1	O estilo <i>rock</i> na indústria da moda atual.....	30
2.2	Colaborações entre marcas e artistas: do palco às passarelas.....	31
3	O comportamento do público-alvo consumidor do estilo <i>rock</i>	36
4	Conclusão	41
	Referências	42
	Apêndice 1 – Pesquisa realizada com consumidores do estilo <i>rock</i>	48

1 INTRODUÇÃO

O *rock'n'roll*¹ sempre influenciou o mundo da moda, caracterizado pela sua rebeldia, autenticidade e muita atitude. A estética do *rock* na moda tem suas raízes nas subculturas dos anos 50 e 60, evoluindo ao longo das décadas para incorporar diversos estilos, como, por exemplo, o *punk*, *glam rock*, *grunge* e *heavy metal*.

Esta estética, que vai além das tradicionais camisetas estampadas e jaquetas de couro, evoluiu na moda contemporânea adaptando e reinventando seus elementos icônicos, incluindo uma variedade de peças modernas e inovadoras, para atender às novas demandas do mercado, promover uma estética distintiva e moderna, mas mantendo a essência do estilo *rock*.

Atualmente percebe-se uma busca de como a estética do *rock* pode ser reinventada, adaptada às tendências atuais, sem perder sua essência rebelde e distintiva?

Uma das hipóteses pode se dar através da incorporação de elementos como cortes modernos, materiais diversificados e designs que promovem a versatilidade e a adaptabilidade das peças ao estilo de vida contemporâneo.

Desta forma, é preciso observar os desafios enfrentados na reinvenção da estética do *rock*, como a manutenção da autenticidade e a aceitação pelo mercado, e as oportunidades de inovação e crescimento para marcas que adotam essa abordagem.

A moda contemporânea é caracterizada por sua rápida evolução e pela influência de diversos fatores culturais, tecnológicos e sociais. Desta forma, pretende-se pesquisar as principais características da moda atual e como ela se relaciona com as tendências passadas.

Com isso, o objetivo desta pesquisa, além de buscar a compreensão de como essa estética pode ser reinventada, será necessário pesquisar sobre a origem do *rock* como influenciadora de moda, analisando o comportamento do público-alvo consumidor do estilo *rock* e como este vem sendo tratado pela indústria da moda até os tempos atuais, destacando de que forma elas podem se alinhar com a identidade do *rock*.

¹ Alan Freed (radialista de Cleveland, Ohio) foi quem cunhou o termo "*rock and roll*", pois seria o termo ideal para a fusão dos muitos gêneros que compõem o ritmo. Como o termo não fazia tanta associação aos negros catadores de algodão, os conservadores "aprovaram", mal sabendo que tanto "*rock*" quanto "*roll*", era a gíria que os negros usavam para definir o ato sexual, que vulgarmente queria dizer "trepar". Traduzido para o português, a expressão seria "deite & role". (Oficina In Concert, S/d.)

O estudo utilizará uma abordagem mista, combinando pesquisa bibliográfica e digital em artigos científicos e sites especializados, análise de coleções de moda que incorporam a estética do *rock* além de coleta de dados através de pesquisa feita pela internet para aprofundar o conhecimento sobre o consumidor da moda de estilo *rock*.

2 A ORIGEM DO ROCK COMO INFLUENCIADOR DE MODA

A música e a moda sempre tiveram uma relação simbiótica, influenciando-se mutuamente e refletindo as mudanças culturais ao longo do tempo.

Entre os gêneros musicais que deixaram uma marca indelével, o *rock'n'roll* destaca-se não apenas por seu impacto musical, mas também por sua profunda influência na moda.

De acordo com Souza e Barboza (2013, p. 16), “o estilo musical denominado *rock* surgiu próximo à segunda metade do século XX, nos EUA e espalhou-se com o auxílio das guerras mundiais, causando uma alteração na cultura americana”. Desde sua origem, o *rock* criou códigos estéticos únicos que não só desafiaram convenções sociais, mas também redefiniram padrões de comportamento e estilo.

Neste sentido, ainda segundo Souza e Barboza (2013, p. 21), “a moda e música atuam como meio de expressão e a preferência de determinado estilo define o comportamento de seus usuários ou os influenciam na formação de seus ideais”.

Assim, o *rock'n'roll*, desde seus primórdios, desempenhou um papel fundamental na construção de identidades, servindo como uma forma de expressão de liberdade, rebeldia e contestação social, porém é interessante observar que a maioria dos representantes dos diversos gêneros do *rock* são homens. Desta forma, se faz necessária uma análise paralela sobre a contribuição de mulheres no *rock* e quais foram, ou não, suas influências na moda.

Seguindo uma linha cronológica, em sua origem, o grande destaque é Elvis Presley, porém, o que pouco se fala é que este estilo musical chegou a ele por influência de “*Sister Rosetta*” (1915-1973), que foi “uma das primeiras pessoas a acelerarem o *blues* e introduzir uma guitarra com distorção no estilo, ainda na década de 40” (Letty, 2020), sendo, então, chamada de “madrinha ou mãe do *rock*”. Apesar disso, segundo Almeida (2024, p. 4), “só no ano de 2017 entrou para *Rock and Roll Hall of Fame*”. Sua história, de acordo com, começa aos 6 anos de idade, quando frequentava os cultos da igreja evangélica Deus em Cristo, em que já cantava gospel com muita facilidade (por isso seu prenome “*Sister*”, do inglês irmã, como são chamadas na igreja); posteriormente também demonstrou grande habilidade com os instrumentos como violão e piano. Neste contexto, suas roupas eram “típicos de igreja” (Iandoli, S/d.), em modelos que seguiam a moda da época. Por isso sua música fez tanto sucesso e influenciou tantos artistas, como o próprio Elvis Presley, mas suas roupas não tiveram influência na moda.

Figura 1 – Sister Rosetta em 1938 e 1957



Fonte: CLARA, 2024.

Como já mencionado, Elvis Presley começou sua carreira depois de *Sister Rosetta*, por volta de 1954. Na época ele misturou estilos musicais como o *country* (que costumava ser chamada de música *hillbilly*) e o *R&B*, passando a ser conhecida como “*rockabilly*”, que logo se tornou sinônimo de rebeldia.

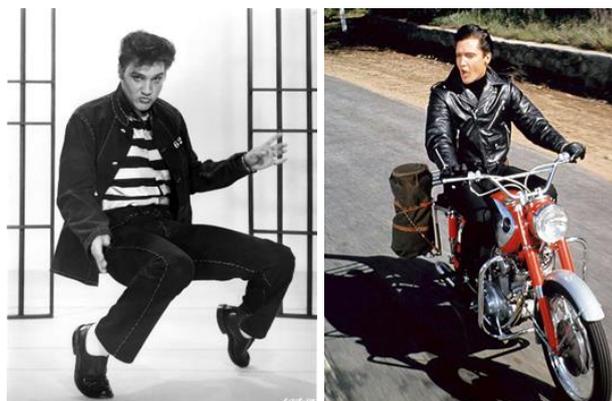
No visual, de acordo com o site Corbetos Boots (S/d., tradução nossa), “os *greasers*² foram os mais fervorosos adeptos do *rockabilly* em seus primórdios. E foram eles que ditaram a tendência. Seu visual não dependia da moda, eles simplesmente usavam o que tinham à mão”. Estes rapazes usavam vários tipos de penteados feitos com qualquer produto que engomasse o cabelo (brilhantina, cera, polimento, óleo ou até mesmo óleo mineral), resultando nos conhecidos topetes, como o usado por Elvis Presley. Além dos cabelos, eles popularizaram o que mais tarde seria o traje típico do *rockabilly*:

Calças jeans (arregaçadas alguns centímetros), camisas de mangas arregaçadas (sempre por dentro das calças), botas de engenheiro e de motociclista, bandanas, carteiras de corrente, coletes de couro preto, cintos com fivelas grandes e todo tipo de acessórios *rockabilly*: suspensórios, patches, tachas, pente no bolso, etc. Esse tipo de roupa era o que os *greasers* encontravam e era confortável para suas corridas de carro e moto.

Martins (213 apud Souza; Barboza, 2013, p. 24), destaca que artistas como Elvis Presley, ao introduzirem o visual do “*bad boy*”, contribuíram para consolidar uma estética que desafiava as normas vigentes, incorporando elementos como jaquetas de couro, jeans e penteados ousados. Sua imagem simbolizava a juventude rebelde e ajudou a criar uma identidade nova para os jovens, promovendo a liberdade de expressão e a individualidade.

² *Greaser*, do inglês, lubrificador, foi um termo usado como um insulto étnico para se referir aos pobres mexicano-americanos que viviam na Califórnia e ganhavam a vida engraxando carroças.

Figura 2 – Elvis Presley em cena do videoclipe “Jailhouse Rock” (1957) e no filme “Carrossel de emoções” (1964)



Fonte: PINTEREST, 2024.

No caso das mulheres, o estilo *rockabilly* também influenciou os penteados, apesar de ser acompanhado por roupas de estilo da época que eram as saias rodadas. Neste estilo destacam-se duas cantoras: Wanda Jackson (que teve um breve relacionamento com Elvis Presley) e Janis Martin.

Ambas cantavam mais no estilo *country*, e também não exerceram grande influência na moda, já que o estilo que usavam, assim como para toda jovem da época, era o que toda mulher usava, apenas adaptada para um look mais jovem como os cabelos e os sapatos (tipo tênis), e, para as mais ousadas, as calças cigarette (influência das atrizes de cinema como Marilyn Monroe).

Figura 3 – Wanda Jackson e Elvis Presley (1955), Janis Martin (1958), estudantes usando saia rodada e tênis e Marilyn usando calça jeans (1952)



Fonte: CLARA, 2024.

A evolução da estética do *rock* ao longo das décadas reflete as mudanças culturais, sociais e políticas que ocorreram em cada período. Desde o seu surgimento, o *rock* não apenas introduziu novas sonoridades, mas também moldou uma linguagem visual distinta que influenciou a moda e a identidade de gerações.

O *rock* dos anos 50 traduzia as ponderações de jovens que começavam a colocar em pauta alguns aspectos da cultura dominante. Este grupo começou um ataque à decência sexual e à família estável, incentivando a separação da juventude do controle familiar. Ou seja, pouco criticava a sociedade, concentravam suas músicas no amor, no sexo e na dança. (SOUZA; BARBOZA, 2013, p. 18)

Neste cenário, segundo Tinti (2003), na década de 1960, Liverpool, na Inglaterra, foi o berço de uma das principais bandas da história do *rock*, “*The Beatles*”³, que em agosto de 1962, gravou o primeiro compacto da banda, com as músicas “*P.S. I Love You*” e “*Love me Do*”. Antes de serem *The Beatles*, eles tiveram outra banda, *The Silver Beetles*, que adotavam o visual rebelde da jaqueta de couro. No entanto, segundo o site da Academia Brasileira de Arte (ABRA, S/d.), quando Brian Epstein os descobriu, “ele viu potencial neles, mas acreditava que o visual precisava de uma mudança. Isso porque muitos na época adotavam o mesmo estilo”, por isso o visual igual para todos os integrantes com “cabelos tigela” junto com ternos pretos e gravata, foi adotado e se tornou “tendência em outras bandas que vieram depois, mas não necessariamente com roupas sociais”.

Figura 4 – *The Beatles* antes e depois da fama



Fonte: ABRA, S/d.

Neste cenário, também existiram bandas femininas, mas que não alcançaram fama na música e nem se tornaram ícones de moda, apesar de exemplos como a banda *Goldie and the Gingerbread*s, que, segundo Browne (2021), foi uma das primeiras bandas exclusivamente femininas do *rock* e chegou a fazer show de abertura da banda *The Rolling Stones*. Estas bandas usavam a moda da época, principalmente a minissaia e os cabelos curtos com franja.

³ O nome da banda teria sido dado por Stuart Sutcliffe, que teria sugerido o nome “*The Silver Beetles*” (Os Besouros Prateados). Após uma turnê na Escócia, a banda mudou a ortografia de seu nome, definitivamente, para “*The Beatles*”, que também fazia um trocadilho com “*beat*” (batida). (TERRA, 2012)

Figura 5 – *Continental Co-ets* e *Goldie and the Gingerbreads*



Fonte: PINTEREST, 2025.

Ainda na Inglaterra, além dos *The Beatles*, Tinti (2003) aponta outras bandas como exemplos de grupos que surgiram na época e que marcaram o *rock* em muitos sentidos como “*The Rolling Stones*” (1962), liderada pelo vocalista, Mick Jagger, que tem como características a sensualidade e uma certa androginia, e “*The Who*” (1964), que foi um dos primeiros grupos a destruir instrumentos no palco.

A destruição nos palcos era aceita pelo público, o que caracteriza uma nova forma de comunicação entre a banda e a plateia de seus shows. O grupo inglês passou a infundir uma nova atitude para o *rock*, que o tornou mais pesado e sofisticado – o que se convencionou chamar *hard rock*. (TINTI, 2003)

Figura 6 – Apresentações das bandas *The Rolling Stones* (1962) e *The Who* (1967)



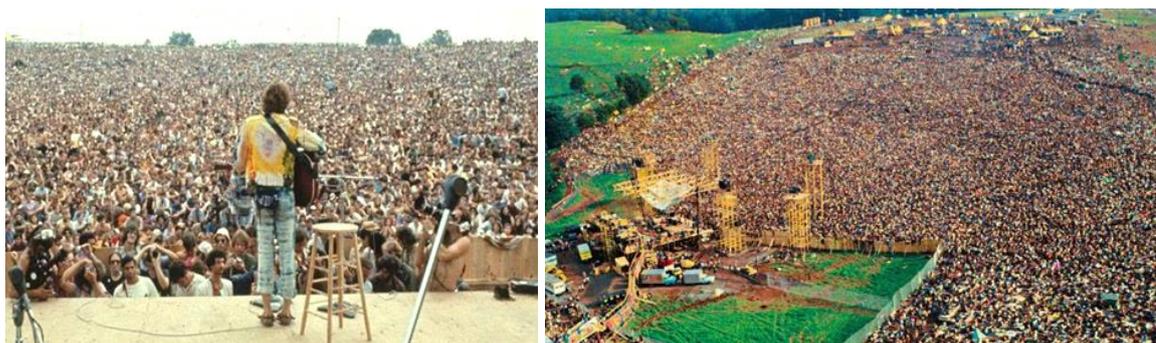
Fonte: PINTEREST, 2024.

Na virada da década, segundo Tinti (2003), “acontece a sagração da contracultura: o festival de *Woodstock*, entre os dias 15 e 17 de agosto de 1969” em Nova York, porém, não foi nem o primeiro nem o último, mas, sem dúvida, tornou-se símbolo do movimento *hippie*.

Segundo o Jornal Estado de Minas (2019), um dos primeiros festivais de música foi o *Newport Jazz Festival* (1954) que gerou o *Newport Folk Festival* (1959) que foi “onde Bob Dylan plugou sua guitarra elétrica em 1965, irritando os puristas folk

da época”. Depois destes, a década de 1960 foi a “era dos festivais de *rock*”, desempenhando um papel importante na divulgação da contracultura. O *Monterey Pop Festival* foi “um festival de três dias realizado durante o *Summer of Love* de 1967” na Califórnia, em que lançou “lendas do *rock* como Jimi Hendrix, Janis Joplin e The Who”; em 1968 o *Isle of Wight Festival* da Grã-Bretanha, “em 1970 se tornou o maior evento do seu tempo, com cerca de 600.000 a 700.000 pessoas reunidas para ver estrelas como Jimi Hendrix, The Doors, Miles Davis, Joan Baez e Sly & the Family Stone”; e, por fim, o *Altamont Free Concert* (6 de dezembro de 1969), na Califórnia, que reuniu cerca de 300.000 pessoas, “que esperavam para ver, entre outros, *Rolling Stones* e *Jefferson Airplane*, depararam-se com a falta de organização do festival, programado de última hora. Muita sujeira, drogas, doenças e quatro mortes foram os resultados de Altamont” (Tinti, 2003).

Figura 7 – Festival de Woodstock (1969)



Fonte: PINTEREST, 2024.

Em relação a estética do *rock* deste momento (incluindo público e artistas como, por exemplo, Janis Joplin, Jimi Hendrix e Joe Cocker), foi atravessada pelo movimento *hippie* e pela contracultura, que promoviam ideais de paz, amor e liberdade. A moda *hippie*, segundo Moutinho e Valença (2000, p. 189), se caracterizava por roupas de algodão, franjas e acessórios artesanais, enfatizando uma conexão com a natureza e um estilo de vida alternativo. Essa estética se tornou um ícone cultural, simbolizando a busca pela liberdade e pela autoexpressão.

Neste movimento, surge a primeira roqueira que vai influenciar na música e na moda até os dias de hoje: Janis Joplin. Além dela, nesta época, também se destacou Grace Slick, vocalista da banda psicodélica *Jefferson Airplane*. No caso delas, as roupas usadas eram características do movimento *hippie*, como já mencionado anteriormente. Apesar de ser um estilo coletivo, Janis Joplin, por ser “mundialmente reconhecida como um ícone da contracultura”, como afirma Monteiro (2023), acabou eternizando a moda hippie através das fotografias tiradas dela durante sua carreira.

Figura 8 –Jimi Hendrix, Joe Cocker, Janis Joplin (1970) e Grace Slick (1969), usando roupas *hippies*



Fonte: PINTEREST, 2024.

Nesta mesma época, no final da década de 1960, segundo Tinti (2003), outras duas vertentes do *rock* fizeram “barulho”, sendo eles o *rock* progressivo, “fortemente influenciado pela música clássica e pelas inovações tecnológicas”, com maior destaque para a banda inglesa *Pink Floyd* (1965); e o *heavy metal*, com “vocais estridentes (ou guturais), preocupação com o visual da banda e performances ousadas nas apresentações ao vivo são outros aspectos do *heavy metal*”, com destaque para as bandas que iniciaram suas carreiras em 1968 como *Black Sabbath*, *Deep Purple* e *Led Zeppelin*, sendo esta última a banda que “realmente comandou as transformações na sonoridade do *rock* para essa época”, com uma “fusão do *blues* com o *hard rock*, construíram sua carreira como os maiores representantes do trinômio “sexo, drogas e *rock’n’roll*” nos anos 70”.

Figura 9 – *Pink Floyd*, *Black Sabbath*, *Deep Purple* e *Led Zeppelin*



Fonte: PINTEREST, 2024.

A partir de 1970, o *rock* sofre uma nova mutação, ou como afirma Tinti (2003), uma “reformulação visual”, em que “quem andava de jeans, camiseta e cabelos compridos, imediatamente passou a ser identificado como ‘*hippie velho*’”. Na música, um visual mais agressivo foi somado a uma nova sonoridade, apresentado por volta

de 1967 pela banda *Stooges*, liderada por Iggy Pop com a canção “*I wanna be your dog*”. Entra em cena, literalmente do cinema, a partir de cenas do filme “*Laranja Mecânica*” (1971), de Stanley Kubrick, uma “violência gratuita” que passou a ser “repetida pela juventude nas ruas, sendo considerado um possível inspirador para a nova vertente que despontaria no cenário do *rock*: o *punk*”⁴.

Desta forma, a década de 1970 trouxe a ascensão do *punk rock*, que surgiu como uma reação ao excesso do *rock mainstream*.

Este movimento desafiou as normas sociais e estabeleceu uma estética visual agressiva, que, segundo Moutinho (2000, p. 247-248), foi marcada por roupas rasgadas, jaquetas de couro, tachas e camisetas com mensagens provocativas. Bandas como *Ramones* (1974) e *The Sex Pistols* (1975) se tornaram representantes desse movimento, expressando descontentamento e rebeldia. A designer britânica Vivienne Westwood, que em 1971 se casou com Malcolm McLaren que era empresário da banda *The Sex Pistols*, foi fundamental na popularização da moda *punk*, criando peças que exploravam temas de provocação e política. O *punk* não apenas alterou a estética do *rock*, mas também influenciou a forma como os jovens se viam e se comportavam, tornando-se um veículo de expressão política e social.

Figura 10 – *Stooges*, cena do filme “*Laranja mecânica*”, *Ramones*, *The sex Pistols* e Malcom e Vivianne



Fonte: PINTEREST, 2024.

O *punk rock*, mesmo com uma atitude mais agressiva, tanto nas músicas quanto no visual⁵, não intimidou as mulheres, tendo destaque Patti Smith, que segundo Martins (2019), foi considerada a “poetisa do *rock*” ao “promover o casamento de guitarras cruas e letras literárias”, e Debbie Harry, do *Blondie* (formado em 1974), que, segundo o site *Rock’n bold* (2020), teria levado a banda ao estrelato

⁴ Nos dicionários, ‘*punk*’ quer dizer ‘droga’, ‘coisa sem valor’, ‘podre’, ‘doente’. (Muggiati, 1985, p. 69 apud Tinti, 2003)

⁵ Visual Punk é composto por, principalmente de *spikes* (do inglês, espinhos), tanto nas roupas, calçados e acessórios, quanto nos cabelos. (The Look Stealers, 2021)

internacional, pois “eles tinham algo que nenhuma banda da época conseguia entregar – enquanto todas as outras pareciam uma coleção de homens padrões e sem muita inovação, o Blondie e sua *frontwoman* esbanjavam glamour e atitude”, “com seu cabelo descolorido quase branco e suas roupas de shows no maior *aesthetic punk* possível, ela se tornou uma das maiores referências *fashion* da época”.

A época também marcava o surgimento da cena musical gay e trans, que somada ao circuito *Punk*, foi a mola propulsora para a cantora subir aos palcos: “Criei a personagem Blondie pensando em androginia. Tinha muitas amigas drags, eu estava brincando com a ideia de ser uma mulher muito feminina enquanto liderava uma banda de *rock* masculina, em um jogo altamente machista”. (Yu, 2021)

Figura 11 – Patti Smith (1976) e Debbie Harry (1970)



Fonte: PINTEREST, 2025.

Com esta “onda sex”, em paralelo ao *heavy metal* e o *punk*, nos anos de 1970 surge o *glitter rock*, ou *glam rock*, que desafiou convenções com suas estéticas provocativas, extravagantes (muitas vezes, brilhantes) e andróginas, misturadas a teatralidade nos palcos. Artistas como David Bowie e Alice Cooper e a banda *Kiss* (1973) são exemplos desta estética. Este movimento incentivou a liberdade de expressão e a aceitação da diversidade, impactando a maneira como as pessoas se vestiam e se apresentavam, seja nos palcos ou nas ruas.

Figura 12 – David Bowie e Alice Cooper e a banda *Kiss*



Fonte: PINTEREST, 2024.

Na década de 1980, segundo Tinti (2003), houve uma popularização do *rock* pesado, devido a junção do *hard rock* e o *heavy metal* com bandas como *Van Halen* (1972), *Iron Maiden* (1975), *Metallica* (1981) e *Guns'n'Roses* (1985).

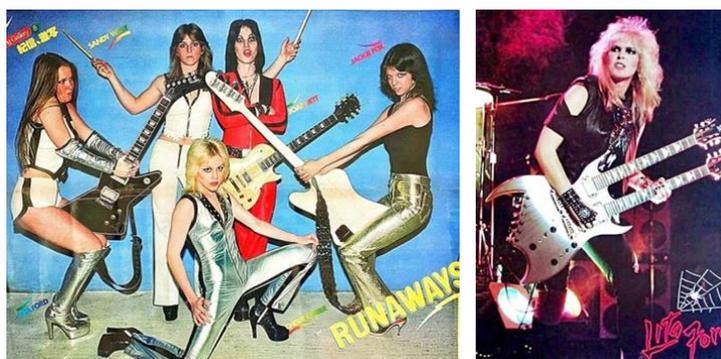
Figura 13 – *Van Halen, Iron Maiden, Metallica e Guns'n'Roses*



Fonte: PINTEREST, 2024.

Iniciando na cena *punk* na banda feminina *The Runaways* (fundada em 1975), que já contava com a presença da guitarrista e cantora Joan Jett, segundo Gonzalez (2021), “a guitarrista e cantora Lita Ford merece reconhecimento pelo seu pioneirismo em constituir carreira solo dentro do *heavy metal*, um estilo predominantemente masculino, durante a primeira metade da década de 1980”.

Figura 14 – *The Runaways e Lita Ford*



Fonte: PINTEREST, 2025.

Nos anos 1990, André Barcinski (apud Tinti, 2003) “o tempo passou, o público se subdividiu em facções de gostos e tendências variadas”. Foi neste cenário que surgiu o *grunge* como uma resposta ao excesso glamouroso dos anos 80, promovendo um estilo mais autêntico e acessível, por apresentar uma abordagem minimalista e sustentável, que, segundo Moura (2024, p. 156), é caracterizada por camisas de flanela, jeans rasgados e um visual desleixado, refletindo a insatisfação de uma geração com o consumismo.

Bandas como *Nirvana* (1987) e *Pearl Jam* (1990) se tornaram representantes desse movimento de contracultura, em que adaptaram o conceito do “faça você mesmo” e reutilização de roupas do movimento *punk* em que “músicos e fãs não dependiam de grandes corporações” (Bianchin, 2012), priorizando a autenticidade em detrimento das tendências.

Figura 15 – *Nirvana* e *Pearl Jam*



Fonte: PINTEREST, 2024.

Segundo Fernandes (2023), o *grunge* “trouxe pouca diferenciação de gênero, já que homens e mulheres usavam roupas largas, jaquetas, suéteres grandes, flanelas xadrez e cabelos na altura dos ombros. Grupos femininos como o *L7* eram frequentemente comparados com bandas masculinas”.

Outro destaque é Courtney Love, não tanto por sua carreira musical, mas por ter sido casada com Kurt Cobain, líder do Nirvana. Diferentemente do visual das bandas masculinas de *grunge*, levando mais para o conceito de moda alternativa derivada do *punk* (chamada de *kinderwhore* (*kinder*, do inglês significa infantil *whore* significa vadia) usado por seguidoras do movimento *riot grrrl*), de acordo com Porfirio (2019), Courtney ajudou a popularizar o estilo chamado “*heroin chic*”, com seu “cabelo platinado, os *slip dresses* e a maquiagem borrada”, tornando-a em um ícone da moda anos 90.

Figura 16 – As bandas *L7* e *Hole* e Courtney Love no casamento com Kurt Cobain (1992)



Fonte: PINTEREST, 2025.

Steinmacher (2022, p. 11) afirma que “na história da indústria fonográfica, o período de transição entre as décadas de 1990 e 2000 foi palco de profundas transformações”, isto porque, no contexto do *rock*, houve a “assimilação de sonoridades do cenário independente dos anos 80 e 90 (como o *hardcore* melódico e o *indie*) pelas grandes estruturas midiáticas na virada para o século XXI”.

De acordo com o site da Texprima (2022), o termo *indie* (abreviação de “independente”) teria surgido entre as décadas de 70 e 80, mas teria sido “no começo dos anos 2000 que muitas bandas ganharam sucesso e o termo se popularizou”. Como uma consequência da máxima *punk* “*do it yourself*”, este estilo reúne “bandas que não possuem contratos com gravadoras ou até mesmo uma produção, e é por isso que com o avanço da internet, muitos grupos musicais conseguiram notoriedade ao subir suas músicas online nas primeiras redes sociais que surgiram”. Tancredi (S/d.) afirma que “os artistas desse estilo defendiam a música *underground* e eram contra a cultura *mainstream* (comercial). Alguns exemplos são *The Strokes* (1998) e *Arctic Monkeys* (2002)”, que em 2006 lançou seu primeiro LP intitulado “*Whatever People Say I Am, That's What I'm Not*” (“O que as pessoas dizem que eu sou, é isso que eu não sou”).

Figura 17 – *The Strokes* (2003) e *Arctic Monkeys* (2006)



Fonte: PINTEREST, 2025.

Ainda de acordo com Tancredi (S/d.), outro estilo que teve destaque neste mesmo período foi o *emo* (tem origem na palavra em inglês *emotion* ou *emotional* (emoção ou emocional), sendo um estilo de música pertencente ao *punk rock* caracterizado pela musicalidade melódica), que, assim como o *indie*, surgiu nos Estados Unidos na década de 1980, mas que ressurgiu com força nos anos 2000 com bandas como *Evanescence* (1995) e *My Chemical Romance* (2001).

Figura 18 – *Evanescence* (1995) e *My Chemical Romance* (2002).



Fonte: PINTEREST, 2024.

Sobre a banda *Evanescence*, de acordo com Amorim (2012), a vocalista Amy Lee teria “salvado” muitas garotas de “uma sociedade na qual as rádios só tocam Rihanna, Lady Gaga (e outras tantas artistas que querem ser diferentes, mas que no fundo são todas iguais)”, “pois dificilmente as pessoas (quando pré-adolescentes) se iniciam no *rock* escutando algo pesado, pois tudo é um processo contínuo, você vai amadurecendo e o seu gosto musical também”.

Desde o início ela manteve uma identidade única e reconhecível, mesclando elementos de moda gótica, vintage e uma estética poderosa bem feminina e dramática. No começo da carreira, visualmente a Amy Lee apresentou um estilo que misturava elementos góticos e românticos. Vestidos longos com rendas e tules, sempre em cores escuras e super inspirada pelo visual vitoriano e medieval, do qual ela trazia nos detalhes, como espartilhos e acessórios. Sem contar que era facilmente reconhecida por seu cabelo longo e preto e os olhos delineados bem dramáticos. (Dolenga, 2025)

Nesta mesma época, o *indie rock*, por ser uma cultura que prega independência e rejeição ao *mainstream*, faz surgir no meio feminino um *revival* da cultura *hippie*, que no visual feminino ganhou força, segundo Porfirio (2019), com Florence Welch, da banda *Florence + The Machine*, com seus “vestidos fluidos, peças *vintage*, bordados, looks saídos de contos de fadas”.

Figura 19 – Amy Lee (2003) e Florence Welch (2023)



Fonte: PINTEREST, 2025.

Desta forma, observa-se que os ícones femininos no *rock* desempenharam um papel fundamental na formação da estética do gênero, moldando não apenas a música, mas também a moda e a cultura. Desde os anos 1940 até hoje, essas artistas desafiaram normas sociais e se tornaram símbolos de empoderamento, influenciando gerações de mulheres a se expressarem livremente.

Por fim, cada subgênero do *rock* trouxe consigo um novo conjunto de símbolos visuais que redefiniram o cenário da moda.

Rock e moda funcionam como uma via de mão dupla – desde que o *rock* é *rock* é assim. A diferença é que, a partir dos anos 1990, *rockstars* e fãs passaram a ter acesso às mesmas informações culturais – o que tornou as estrelas cada vez mais mundanas, e os fãs, cada vez mais céticos. “O papel do ídolo hoje não é estar em um pedestal inatingível. Pelo contrário, ele funciona como um ‘amplificador’ de estilo para a maior quantidade possível de pessoas, e por isso, estão diretamente ligados ao marketing das grandes marcas”, explica Josh Sims, autor do livro *Rock Fashion*. (PORTILHO, S/d.)

Atualmente, a banda italiana *Måneskin*, vencedora do *Eurovision* em 2021, exemplifica como o *rock* ainda é uma força relevante na moda contemporânea. Segundo Galvão (2021), em um mercado dominado pelo pop, a banda resgatou o *glam rock* dos anos 1970, “popularizado nos anos 1970 pelas bandas *New York Dolls*, *Motley Crue* e até por David Bowie (em algumas de suas fases), o estilo remete ao *punk rock*, ao *heavy metal* e ao *hard rock*”.

Figura 20 – *Måneskin*



Fonte: PINTEREST, 2024.

A banda *Måneskin* é formada por Damiano David (vocalista), Victoria De Angelis (baixo), Thomas Raggi (guitarra) e Ethan Torchio (bateria), quatro amigos que cursaram o ensino médio juntos em Roma.

Damiano David é amplamente reconhecido por seu estilo distinto e ousado, que tem influenciado significativamente a moda contemporânea. Seu guarda-roupa frequentemente inclui elementos como delineador, calças de couro e botas de salto alto, refletindo uma fusão entre o *glam rock* e a estética moderna. Esse estilo único não apenas cativou o público, mas também levou a colaborações com grandes marcas da moda. A baixista Victoria De Angelis, por sua vez, é frequentemente associada a marcas como Versace e Saint Laurent por seu estilo *rock-chic*, destacando-se com *corsets* estruturados, jaquetas de couro e botas de plataforma. Já o guitarrista Thomas Raggi e o baterista Ethan Torchio completam a estética do grupo com camisas abertas, correntes prateadas e penteados desgrenhados, numa referência ao *grunge* dos anos 1990.

Figura 21 – Damiano, Victoria, Thomas e Ethan



Fonte: PINTEREST, 2025.

Neste sentido, no visual a banda desafia normas de gênero e celebra a diversidade, em uma proposta performática e rebelde, em, segundo Galvão (2021), trajes justos e espalhafatosos, acompanhados de botas de salto alto, unhas pintadas e maquiagem, uniformizando os quatro jovens da banda.

De acordo com Budin (2023), a banda “utiliza da moda para celebrar e amplificar a mensagem de uma juventude com identidade livre e sem rótulos”, em que “o talento musical dos integrantes com uma moda conectada à auto-expressão e o conceito de *queerness*”. “A relação da banda com estereótipos *queer* – que geram até mesmo comentários homofóbicos”, “no entanto, diversas vezes o grupo utiliza da abertura que tem com o público e os fãs para bater na tecla de que estilo é algo pessoal e que não deveria entrar em questões de gênero e sexualidade”. Sobre isso,

Victoria (baixista) destaca o papel da moda na autoexpressão, tendo utilizado figurinos topless nas apresentações por diversas vezes. “Acho que é muito importante que todos se sintam livres para serem eles mesmos, com o seu corpo, mas também com o seu gênero e sexualidade e apenas com quem você é em geral”, declarou Vic (apud Budin, 2023).

Para construir sua imagem, segundo o Brasilaine (2022) do Portal *Mãneskin* Brasil, a banda contou com Nick Cerioni (*styling* italiano), que, possivelmente, foi quem teria feito a ponte entre a banda e a marca Gucci, que passou a ser usada, em roupas e acessórios, nas apresentações, como ocorreu no Festival de Sanremo 2022. Desta forma, a banda, ao colaborar com marcas de luxo e trazer o estilo *rock* às passarelas, demonstra como o gênero continua a ser uma fonte de inspiração para designers e marcas.

Figura 22 – Looks da coleção de Verão 2022 da Gucci e seu uso pela banda em 2022



Fonte: BRASILAINE, 2022.

Percorrendo os estilos citados, percebe-se que a evolução da estética do *rock* ao longo das décadas não apenas retrata mudanças na música, mas também destaca transformações sociais profundas. Cada subgênero do *rock* trouxe consigo uma nova linguagem visual que influenciou a moda e moldou a identidade de várias gerações. Desde a rebeldia do *rock'n'roll* até a autenticidade do *grunge*, a estética do *rock* continua a ressoar na cultura contemporânea, desafiando normas e promovendo a autoexpressão.

2.1 O estilo *rock* na indústria da moda atual

O estilo *rock* mantém-se como uma força disruptiva na moda contemporânea, adaptando-se às demandas de um mercado globalizado e digital. Marcas de luxo, grifes *streetwear* e designers independentes resgatam elementos icônicos do gênero, reinterpretando-os através de lentes modernas que enfatizam fluidez de gênero, sustentabilidade e ativismo político. Essa reinvenção não apenas preserva a essência rebelde do *rock*, mas também a integra a discussões urgentes do século XXI, como diversidade e responsabilidade ambiental.

A estilista, empresária e influenciadora ítalo-brasileira Anne Garcia (apud Zelo, 2023) destaca as principais tendências atuais influenciadas pelo *rock*, que combinam elementos *vintage* e contemporâneos:

- Jaquetas de couro, também conhecidas como jaqueta *biker* (do inglês, motociclista), continuam sendo um ícone do estilo, mas agora são combinadas com peças mais modernas, como calças de couro justas ou jeans *skinny*;
- Camisetas com estampas de bandas ainda são populares, mas também há camisetas com logotipos gráficos ou frases provocativas;
- Jeans rasgados;
- Predominância de cor preta;
- Botas de couro;
- Caveiras, tachas e rebites;
- Cabelos desgrenhados;
- Maquiagem que, atualmente, é mais suave do que no passado, mas ainda apresenta delineados expressivos e lábios escuros;
- Camisas de flanela xadrez (estilo *grunge* dos anos 90).

Figura 23 – Amy Lee (2003) e Florence Welch (2023)



Fonte: BALMAS, 2023.

2.2 Colaborações entre marcas e artistas: do palco às passarelas

Desde a parceria entre Vivienne Westwood, e a banda *The Sex Pistols* na década de 1970 que as parcerias entre marcas de moda e artistas têm sido fundamentais na evolução do estilo *rock* dentro da indústria *fashion*.

Essas colaborações transcendem o *merchandising* tradicional, transformando músicos em influenciadores de estilo e marcas em plataformas de expressão cultural.

Apesar do fato de que as colaborações entre marcas de moda e artistas têm desempenhado um papel significativo na evolução da indústria *fashion*, especialmente na incorporação de elementos do *rock*, estas não estão isentas de impactos profundos e controvérsias que suscitam debates sobre autenticidade, apropriação cultural e estratégias de *marketing*.

Na incorporação do estilo *rock* em peças de moda, pode torná-los mais atraentes para uma base de consumidores mais ampla, como se observa na colaboração dos *Rolling Stones* com a *Skechers*, que, de acordo com Storch (2023), lançou “dois modelos da edição limitada com o logo *Lick*, a imortal boca com a língua para fora, símbolo do grupo”.

Apesar dos benefícios, essas colaborações também geram controvérsias, especialmente quando há percepções de que a essência original do movimento cultural está sendo comercializada ou diluída.

Um caso que ilustra as complexidades dessas colaborações é o episódio envolvendo a cantora Adele e a marca *New Balance*. Megía (2024) relata que durante um concerto em Munique, Adele trocou seus sapatos de salto por um par de tênis *New Balance*, gesto que foi amplamente compartilhado nas redes sociais. Enquanto alguns consideraram a ação espontânea, outros suspeitaram de uma estratégia de *marketing* encoberta, especialmente devido às conexões pessoais da artista com colaboradores da marca. Este incidente destaca como a linha entre autenticidade e promoção pode ser tênue, gerando debates sobre a transparência nas colaborações entre artistas e marcas.

Figura 24 – Skechers em parceria com os *The Rolling Stones* e Adele calçando um *New Balance*



Fonte: STORCH, 2023; MEGÍA, 2024.

Outro exemplo é a apropriação de elementos do *rock*, assim como no *pop* (Music 396, S/d.), pela moda de luxo pode ser vista como uma forma de esvaziar a rebeldia inerente ao gênero, transformando-o em um produto comercial. Além disso, há debates sobre a autenticidade dessas parcerias, questionando se elas realmente representam uma fusão genuína de culturas ou se são meramente estratégias de *marketing* para capitalizar sobre a popularidade de determinados artistas ou movimentos culturais.

Independentemente da situação, neste ponto é interessante observar que quando se fala do estilo *rock*, seja na música ou no visual, logo vem à mente os ícones, predominantemente, masculinos, porém, a moda continua sendo mais voltada para o público feminino, transformando as artistas do *rock* em parceiras ideias para a continuação do estilo trabalhado por marcas de luxo ou grifes *streetwear*, por exemplo.

Joni Mitchell, ícone do movimento *folk* do fim dos anos 1960, segundo Porfirio (2019), com seu visual, ora mais *hippie*, ora mais *beatnik*, é até hoje icônico e a levou a estampar a campanha de verão 2016 da Saint Laurent e editoriais como o da *The New Yorker*.

Figura 25 – Joni Mitchell e as parcerias com marcas de moda



Fonte: PINTEREST, 2025.

Debbie Harry, mesmo depois dos 70 anos, segundo Porfirio (2019), “continua bastante vaidosa e posou para editorial da Vogue espanhola, para campanha de perfume de Paco Rabanne e para a Viva Glam, da MAC”. Também estrelou a campanha da Gucci que lançou “uma nova versão da icônica bolsa *Blondie*, que foi criada nos anos 1970 como uma homenagem à cantora Debbie Harry, líder da banda *Blondie*” (Souza, 2024).

Figura 26 – Debbie Harry e Iggy Pop na campanha da Paco Rabanne e a campanha da Gucci



Fonte: PINTEREST, 2025.

A cantora Courtney Love, atualmente, segundo Porfirio (2019), “atingiu *status* de *fashionista* e comparece a desfiles concorridos das semanas de moda, além de já ter posado para a Vogue italiana e pra campanhas da Saint Laurent e de Marc Jacobs e de ter assinado uma linha para a *Nasty Gal*”.

Figura 27 – Courtney Love para Marc Jacobs e Saint Laurent



Fonte: PINTEREST, 2025.

Florence Welch, segundo Porfirio (2019), por ter um estilo próprio cheio de misturas *vintage*, acabou “agradando muito Alessandro Michelle, que elegeu a ruiva como garota-propaganda da linha de relógios e joias da Gucci, grife que também a veste em seus shows e *red carpets*”, além da participação no desfile de verão 2012 da Chanel.

Figura 28 – Florence para Gucci e Chanel



Fonte: PINTEREST, 2025.

A banda *Måneskin*, além da já citada parceria com a Gucci, através de seu vocalista, Damiano Davi, tem aumentado sua visibilidade como na aparição no *Met Gala* de 2024 em que usou um *smoking* de tecido *devoré*, dando toques de transparência, desenhado exclusivamente para ele por Glenn Martens da Diesel (Giamberardino, 2024). No mesmo ano, segundo o site FFW (2024), Damiano “elevou sua parceria com a Diesel a um novo patamar, co-criando uma coleção *genderless* ao lado do diretor criativo Glenn Martens. A colaboração resulta em uma coleção que traduz a essência da Geração Z: confiante, sexy e, acima de tudo, livre”. Em 2025, Damiano celebrou parceria com a *Bvlgari*, tornando-se o novo embaixador global da marca. Em entrevista para a revista *RollingStone* (2025), Damiano falou sobre a relação dele com a grife e a moda:

"Jóias são um acessório magnífico e sem limitação de gênero que sempre amei usar. A história da Bvlgari é um conto de beleza e excelência italiana e, como todas as excelências do nosso país, me enche de orgulho. É uma honra para mim me unir à família Bvlgari". (RollingStone, 2025)

Figura 29 – Editorial da Gucci e Damiano no *Met Gala*, na parceria com a Diesel,

Fonte: DAGA, 2021; PINTEREST, 2025.

Dall'orto (2025) destaca Chrissie Hynde, líder da banda Pretenders, a quem considera “uma das roqueiras mais importantes do século”. Devido as misturas do *punk* e do *pop*, agradou “tanto os fãs do movimento *punk* quanto os do *mainstream*”. Desde o início, recém-chegada em Londres, “a cantora trabalhou na icônica Sex, boutique de Malcolm McLaren e Vivienne Westwood”. Atualmente é “ativista pró-direitos dos animais e de questões ambientais, Hynde é vegetariana desde a adolescência. Ela também foi presa em 2000 após destruir jaquetas de couro numa loja da Gap”.

Figura 30 – Hynde na Sex (1976)



Fonte: PINTEREST, 2025; BRIDGEMAN IMAGES, 2000.

3 O COMPORTAMENTO DO PÚBLICO-ALVO CONSUMIDOR DO ESTILO *ROCK*

O comportamento do consumidor do estilo *rock* está diretamente relacionado à forma como ele interpreta e interage com os elementos simbólicos e culturais desse universo. Mais do que uma escolha de vestuário, o estilo *rock* representa uma maneira de estar no mundo. As peças que compõem esse visual são carregadas de significados — como resistência, inconformismo, atitude e autenticidade — e isso impacta diretamente o modo como esse público escolhe o que consome. A moda, nesse contexto, é vista como uma extensão da identidade pessoal, funcionando como meio de comunicação e pertencimento.

A moda é considerada um poderoso meio para expressar e construir a identidade, por meio de um amplo sistema que envolve fatores sociais, econômicos e culturais, e comunica-se através de inúmeros códigos simbólicos, fazendo com que as atitudes do indivíduo ao escolher uma peça do vestuário ou ao preferir determinado estilo musical, comuniquem suas necessidades, opiniões e comportamento diante da sociedade. (Messias et al., 2014, p. 1-2)

Compreender esse perfil de consumidor exige analisar não apenas o comportamento de compra, mas os aspectos emocionais envolvidos na decisão. O estilo *rock* não se limita a um padrão estético: ele carrega consigo um conjunto de valores que influencia o modo de pensar, sentir e agir do público que o adota. Os consumidores valorizam peças que dialoguem com a história do *rock* e rejeitam produtos vistos como “apenas modismo”. Há uma leitura crítica que acompanha a decisão de compra, em que o consumidor avalia se a marca ou o item representa de fato os valores do universo *rock*.

Esses consumidores valorizam a originalidade e a história por trás das peças, buscando diferenciação e expressão pessoal através do vestuário. A estética *rock* permite que o indivíduo reafirme suas convicções, se posicione socialmente e compartilhe sua história com os outros por meio da imagem.

De modo geral, os consumidores que se identificam com o *rock* tendem a buscar produtos que reflitam sua identidade e valores pessoais. Eles são atraídos por itens que incorporam símbolos e referências do universo *rock*, como jaquetas de couro, camisetas de bandas e acessórios com tachas. Essa identificação vai além da aparência, envolvendo uma conexão emocional e cultural com o estilo, funcionando como extensões da própria identidade, despertando sensações ligadas à liberdade,

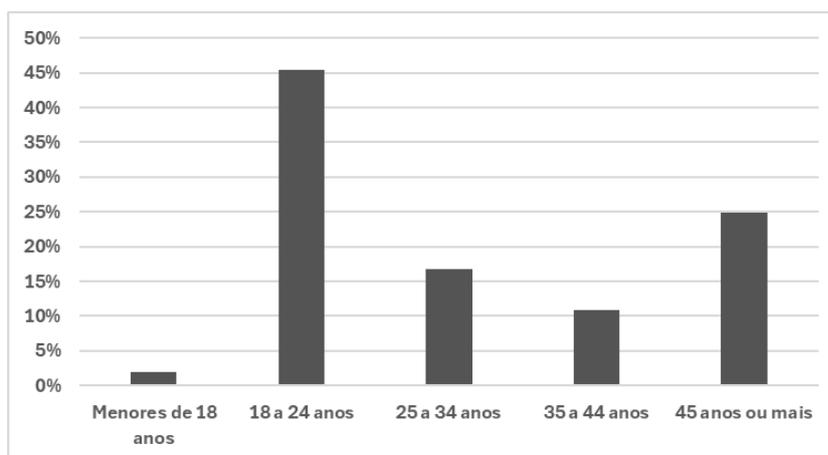
resistência, rebeldia ou nostalgia, em que muitos consumidores estabelecem vínculos afetivos profundos com o estilo, conectando-o a momentos marcantes de suas vidas, como shows, fases de transição ou referências culturais que os formaram.

Para embasar este estudo sobre a percepção do público em relação à estética do *rock* na moda, foi realizada uma coleta de dados através de pesquisa feita pela internet utilizando o *Google Forms* com 101 participantes (ver Apêndice 1).

O objetivo da pesquisa foi compreender os sentimentos, as motivações e as opiniões acerca do consumo de moda ligada ao *rock*, sua representação visual e seu significado cultural.

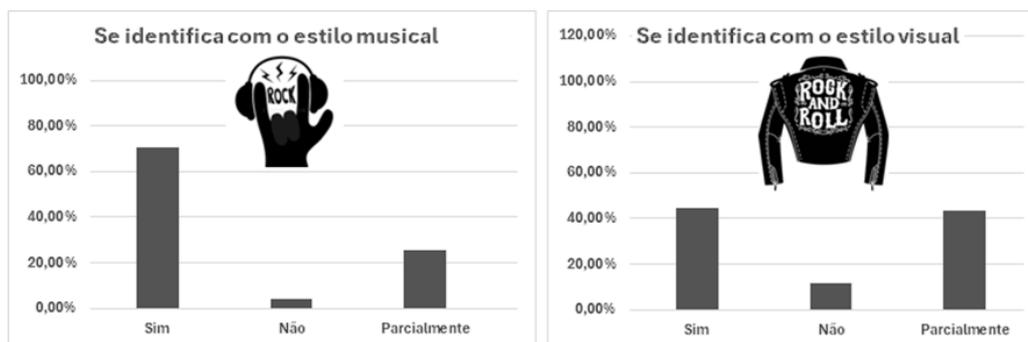
A maioria dos participantes, representando 45,5% (46 pessoas), está na faixa etária de 18 a 24 anos. Em seguida, 24,8% (25 pessoas) têm 45 anos ou mais, 16,8% (17 pessoas) entre 25 a 34 anos, e 10,9% (11 pessoas) na faixa de 35 a 44 anos. Apenas 2% (2 pessoas) têm menos de 18 anos.

Gráfico 1 – Idade dos participantes da pesquisa



Fonte: Da autora, 2025.

Quando questionados sobre a identificação com o estilo musical *rock*, uma esmagadora maioria de 70,3% (71 pessoas) afirmou que sim, confirmando o vínculo emocional que existe entre o estilo de vida e o gênero musical. Já sobre a identificação com o estilo visual, 44,6% (45 pessoas) disseram que se identificam com a estética do *rock*, enquanto 11,9% (12 pessoas) não se veem como adeptos desse estilo no vestuário. Percebe-se, então, que nem todos que ouvem *rock* vestem o estilo, assim como quem gosta do visual *rock*, nem sempre gosta de ouvir *rock*.

Gráfico 2 – Identificação com o estilo *rock*

Fonte: Da autora, 2025.

Em relação ao consumo, mais de 80% dos entrevistados disseram que costumam comprar roupas com estética ligada ao *rock*, seja com frequência (25,7%) ou de vez em quando (54,5%), e menos de 20% relataram que não costumam adquirir esse tipo de vestuário.

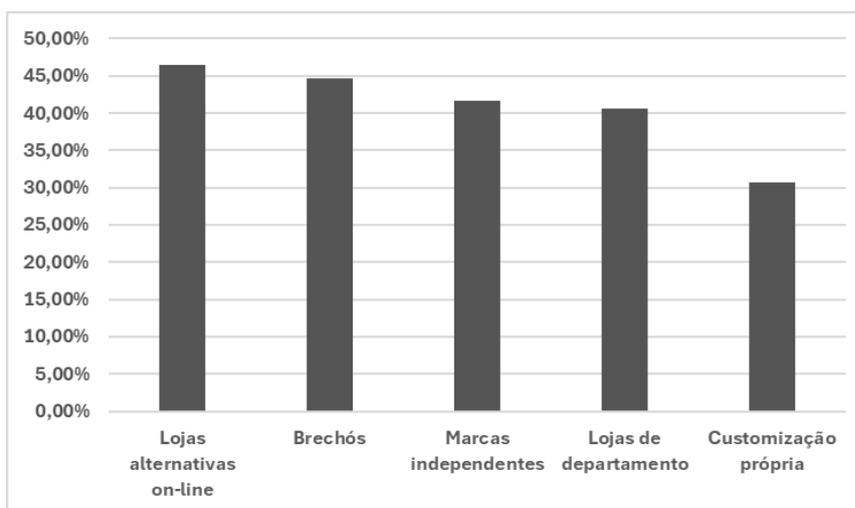
Ainda sobre o consumo, o questionário aplicado através do *Google Forms* também perguntou qual o motivo para a escolha de roupas no estilo *rock*, que vai de encontro com a questão anterior, já que 47,5% disseram que consome o estilo *rock* pela identificação com a cultura musical, em que a roupa gera um visual que os agrada (31,7%), além destas os representarem suas personalidades (14,9%), indicando que o estilo representa atitude e resistência, como afirmaram 40,6% dos entrevistados, além de ser uma forma de expressão (30,7%), é um consumo de quem está preocupado com estilo pessoal, autenticidade e originalidade (79,2%) quando responderam qual afirmação representava melhor o estilo *rock* no vestuário.

Para os consumidores da estética *rock*, estas transmitem sentimento de conexão com a música e a cultura (61,4%), liberdade de ser quem é (43,6%), confiança (31,7%) e representatividade (26,7%).

Neste sentido, quando uma tendência de moda atual vem com uma estética voltada para o *rock*, os consumidores reagem positivamente (49,5%) acreditando que isso é uma oportunidade de manter o estilo atualizado, enquanto outros reagem negativamente (13,9), evitando consumir por receio de descaracterização do estilo e por fazer algo autêntico parecer “modinha”, tanto é que em outra questão sobre o consumo de tendências de moda que aparecem em passarelas ou redes sociais, os entrevistados responderam que não usam (38,6%) ou usam se estas forem parecidas com seu estilo. Em contrapartida, para alguns entrevistados, é indiferente (20,8%), já que 19,8% acreditam que a estética *rock* é apenas um estilo como outro qualquer.

Os locais mais procurados para compras foram lojas on-line, citadas por 46,5% (47 respostas), seguidas de brechós 44,6% (45 respostas) e lojas físicas especializadas com 41,6% (42 respostas). Apesar de não ser um setor especializado, 40,6% (41 respostas) indicaram compras em lojas de departamento, que, provavelmente, está ligada a fato de que, pela busca por peças únicas e autênticas, este consumidor indica a customização própria com 30,7% (31 respostas).

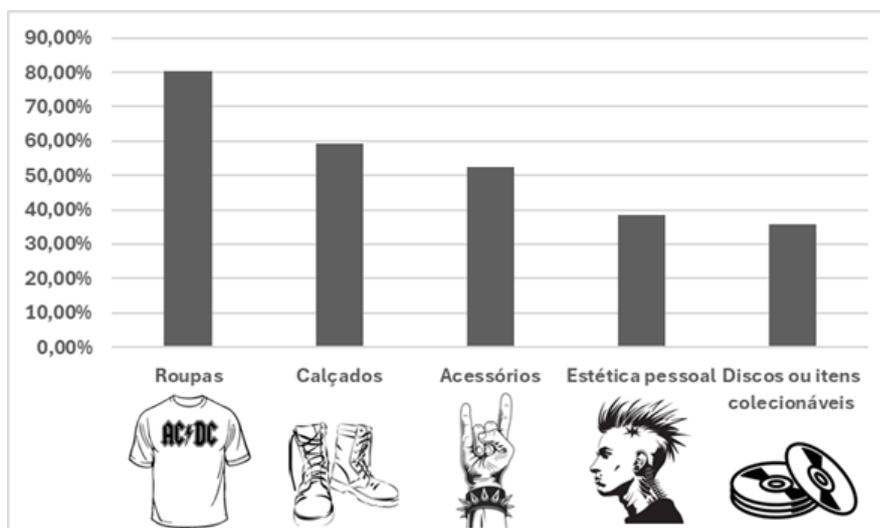
Gráfico 3 – Locais de consumo do estilo *rock*



Fonte: Da autora, 2025.

Quando indagados sobre o que consomem relacionado ao estilo *rock*, as roupas, dentre elas as camisetas de banda (em que apenas 1 entrevistado disse não usar), apareceram em destaque, escolhidas por 81 participantes (80,2%). Em seguida, os calçados 59,4% (60 respostas), os acessórios 52,5% (53 respostas) e a estética pessoal 38,6% (39 respostas), enquanto discos e itens colecionáveis foram citados por 35,6% (36 respostas). Em relação ao uso de camisetas com estampas que remetem as bandas de *rock*, os entrevistados afirmaram ser uma forma autêntica de demonstrar... (51%) ou por ser, simplesmente, uma alternativa prática para... (28%).

Sobre a definição do estilo, 59,4% (60 respostas) dos participantes definiram a estética *rock* como "um estilo atemporal que resiste às tendências", enquanto 27,7% (28 respostas) enxergam como uma "expressão de rebeldia e resistência". Apenas 12,9% (13 respostas) consideram o estilo *rock* uma "tendência atual adaptada".

Gráfico 4 – Tipo de item consumido por adeptos ao estilo *rock*

Fonte: Da autora, 2025.

Esses resultados evidenciam que a estética *rock* permanece viva e relevante, não apenas como uma escolha de vestuário, mas como um verdadeiro símbolo de identidade e resistência cultural. A autenticidade, a liberdade criativa e a conexão emocional com o gênero são pilares fundamentais que sustentam esse estilo e garantem sua permanência, independentemente das tendências passageiras da moda.

4 CONCLUSÃO

A pesquisa permitiu entender a evolução da estética do *rock* na moda contemporânea, enfatizando sua relevância histórica, simbólica e cultural. Desde o começo do *rock* até os dias mais atuais, a estética que está associada ao gênero musical *rock* sempre esteve em constante transformação, sendo recontextualizada por meio da fusão entre os elementos clássicos e contemporâneos, sem perder sua essência provocadora, autêntica e cheia de significados.

Ao longo das décadas, o *rock* influenciou diretamente a moda, tanto no vestuário cotidiano quanto em passarelas, tornando-se um importante meio de mostrar a identidade e expressão pessoal. A coleta de dados, através de pesquisa feita pela internet, demonstrou que, apesar da ampla propagação do estilo, os consumidores que se identificam com essa estética prezam muito pela autenticidade, a originalidade e a conexão emocional com a estética *rock*.

Neste cenário, nota-se que a estética do *rock* continua sendo uma linguagem visual significativa, com capacidade para se adaptar e inovar conforme as exigências contemporâneas do mercado. A personalização, a reutilização de elementos e a interação com diferentes estéticas são táticas que favorecem sua atualização, mantendo-a em sintonia com valores atuais como a sustentabilidade, a fluidez de gênero e a valorização da diversidade.

A função do designer de moda é crucial nesse processo de reinterpretação da moda *rock*. Ele precisa reinterpretar, de um jeito crítico e criativo, os elementos do universo *rock*, desenvolvendo estéticas que promovam uma moda mais atual, coerente com os valores do público consumidor e com as diretrizes do mercado que está cada vez mais atento à autenticidade e à responsabilidade cultural.

Embora não dê para estabelecer diretrizes certas para o sucesso comercial das marcas que desejam explorar essa estética *rock*, os dados obtidos na pesquisa oferecem subsídios importantes para reflexões futuras, inclusive na incorporação de novas tecnologias, materiais e práticas de design.

Conclui-se, que a estética do *rock*, longe de se restringir a um estilo datado, continua a exercer forte influência sobre a moda contemporânea, reafirmando o seu papel como um meio de comunicação visual, resistência e construção da identidade.

REFERÊNCIAS

ABRA. Como os Beatles influenciaram o mundo da moda? S/d. Disponível em <https://abra.com.br/artigos/como-os-beatles-influenciaram-o-mundo-da-moda/> . Acesso em out. de 2024.

ALMEIDA, Patrícia Matos de. Por uma narrativa feminina na história do rock. Revista feminismos, Vol. 12, N. 1, jan–jun/2024. Disponível em <https://periodicos.ufba.br/index.php/feminismos/article/view/44258/33056> . Acesso em mar. de 2025.

AMORIM, Marcella. Mulheres no rock (segunda parte): Especial Dia Internacional da Mulher. 20/04/2012. Disponível em <https://tavernadorock.wordpress.com/2014/03/05/mulheres-no-rock-segunda-parte-especial-dia-internacional-da-mulher/> . Acesso em mar. de 2025.

BALMAS, Luana. Dia do Rock: veja como incorporar o estilo roqueiro em looks do dia a dia. 13/07/2023. Disponível em <https://gshow.globo.com/comportamento/moda/noticia/dia-do-rock-veja-como-incorporar-o-estilo-roqueiro-em-looks-do-dia-a-dia.ghtml> . Acesso em mar. de 2025.

BIANCHIN, Victor. O que foi o movimento punk? 13/08/2012. Disponível em <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-o-movimento-punk/> . Acesso em mar. de 2025.

BRASILAINE. Parceria de milhões: o featuring entre Gucci e Måneskin. 01/04/2022. Disponível em <https://www.portalmaneskin.com/post/gucci-e-m%C3%A5neskin> . Acesso em abr. de 2025.

BRIDGEMAN IMAGES. Rock musician Chrissie Hynde protests outside Toronto Gap store for peta. 02/03/2000. Disponível em <https://www.bridgemanimages.com/en-US/andy-clark/rock-musician-chrissie-hynde-protests-outside-toronto-gap-store-for-peta-2000-03-02-photo/photograph/asset/7805753> . Acesso em mar. de 2025.

BROWNE, David. Goldie and the Gingerbreads foi uma das primeiras bandas exclusivamente femininas do rock. Por que elas ainda são tão obscuras? 01/07/2021. Disponível em <https://www.rollingstone.com/music/music-features/goldie-gingerbreads-interview-genya-ravan-1187909/> . Acesso em mar. de 2025.

BUDIN, Laura. Conheça o estilo da banda Måneskin. 03/11/2023. Disponível em <https://ffw.uol.com.br/materias/conheco-o-estilo-da-banda-maneskin/> . Acesso em mar. de 2025.

CLARA, Marina Santa. Quem foi Sister Rosetta Tharpe, a madrinha do rock. 12 de julho de 2024. Disponível em <https://elle.com.br/cultura/Sister-rosetta-tharpe> . Acesso em mar. de 2025.

CORBETOS BOOTS. Estilo Rockabilly: origem e características. S/d. Disponível em <https://www.corbetosboots.com/blog/en/cowboy-world/rockabilly-style-origin-and-characteristics/> . Acesso em mar. de 2025.

CORRÊA, Tupã Gomes. Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado cultural. Campinas, SP: Papirus, 1989. Disponível em https://www.academia.edu/44060537/ROCK_NOS_PASSOS_DA_MODALIDADE_M%C3%A9DIA_Consumo_x_Mercado_Cultural . Acesso em jul. de 2024.

DAGA, Doris. Gucci x Måneskin is a rock 'n' roll match made in heaven. 10/09/2021. Disponível em <https://www.voguescandinavia.com/articles/gucci-x-maneskin-is-a-rock-n-roll-match-made-in-heaven> . Acesso em mar. de 2025.

DALL'ORTO, Sarah Campo. Quem é Chrissie Hynde, da banda Pretenders, que fará show em Brasília. 07/03/2025. Disponível em <https://www.metropoles.com/metropoles-music/quem-e-chrissie-hynde-da-banda-pretenders-que-fara-show-em-brasilia> . Acesso em mar. de 2025.

DEACETIS, Joseph. Måneskin And Gucci Rock Into The Future With Modern Flair. 13/10/2022. Disponível em <https://www.stylelujo.com/manskin-and-gucci-rock-into-the-future-with-modern-flair/> . Acesso em mar. de 2025.

DOLENGA, Suhellen. Amy Lee (Evanescence) – a gótica, vintage com dramaticidade. 13/03/2025. Disponível em <https://suhellendolenga.com.br/analise-de-estilo-amy-lee-evanescence/> . Acesso em mar. de 2025.

ESTADO DE MINAS. Woodstock, nem o primeiro nem último grande festival de música. 15/08/2019. Disponível em https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2019/08/15/interna_internacional,1077473/woodstock-nem-o-primeiro-nem-ultimo-grande-festival-de-musica.shtml . Acesso em out. de 2024.

ESTEVÃO, Ilca Maria. Saiba como a moda acompanhou o rock ao longo da história. 13/07/2019. Disponível em <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/saiba-como-a-moda-acompanhou-o-rock-ao-longo-da-historia> . Acesso em jul. de 2024.

FERNANDES, Danubia. Grunge impacta a moda e as celebridades dos anos 90. 31/10/2023. Disponível em <https://lorena.r7.com/categoria/moda/Grunge-impacta-a-moda-e-as-celebridades-dos-anos-90> . Acesso em mar. de 2025.

FFW. Damiano David do Måneskin assina coleção exclusiva com a Diesel. 18/11/2024. Disponível em <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/damiano-david-do-maneskin-assina-colecao-exclusiva-com-a-diesel/> . Acesso em mar. de 2025.

FREIRE, R. S.; MATOS, A. L. B. Moda e música: Uma relação de cumplicidade. Extensão em ação, v.1, n.1, p. 3-11, jul./dez., 2011. Disponível em https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/13246/1/2011_art_rsfreire.pdf . Acesso em jul. de 2024.

GALVÃO, Pedro. Maneskin resgata o glam rock setentista no mercado dominado pelo pop. 30/05/2021. Disponível em https://www.em.com.br/app/noticia/cultura/2021/05/30/interna_cultura,1271356/maneskin-resgata-o-glam-rock-setentista-no-mercado-dominado-pelo-pop.shtml . Acesso em mar. de 2025.

GIAMBERARDINO, Giulia Di. O primeiro Met Gala de Damiano David e Dove Cameron celebrou o romance dos clássicos não estruturados. 13 de maio de 2024. Disponível em <https://www.vogue.com/article/damiano-david-and-dove-cameron-met-gala> . Acesso em mar. de 2025.

GONZALEZ, Gabi. Lita Ford e a História do Heavy Metal. 18/09/2021. Disponível em <https://musicosmos.com.br/lita-ford-e-a-historia-do-heavy-metal/> . Acesso em mar. de 2025.

IANDOLI, Kathy. A curiosa carreira da lendária Sister Rosetta Tharpe. S/d. Disponível em <https://www.maquiavelli.com/curiosidade/a-curiosa-carreira-da-lendaria-sister-rosetta-tharpe> . Acesso em mar. de 2025.

LETTY. 100 Mulheres incríveis na história do rock mundial que você precisa ouvir. Especial Mulheres na Música. 09/12/2020. Disponível em <https://musicnonstop.uol.com.br/mulheres-na-musica-100-mulheres-incriveis-na-historia-do-rock-mundial-que-voce-precisa-ouvir/> . Acesso em mar. de 2025.

MACIEL, Tainã. Måneskin: saiba quem veste a banda #1 no Spotify; grupo seduz com estilo glam rock. 07/07/2021. Disponível em: <https://marciatravessoni.com.br/moda/maneskin-saiba-quem-veste-a-banda-1-no-spotify-grupo-seduz-com-estilo-glam-rock/> . Acesso em mar. de 2025.

MARQUES, Noélia. Consumo e música: o rock como fator de influência no comportamento do consumidor. 24/11/2011. Disponível em <https://www.administradores.com.br/artigos/consumo-e-musica-o-rock-como-fator-de-influencia-no-comportamento-do-consumidor> . Acesso em jul. de 2024.

MARTINS, Sérgio. Patti Smith: a intelectual do punk. 15/11/2019. Disponível em <https://veja.abril.com.br/cultura/patti-smith-a-intelectual-do-punk/> . Acesso em mar. de 2025.

MEGÍA, Carlos. Adele e a polêmica em torno do seu New Balance viral: ato espontâneo ou promoção secreta? 02/09/2024. Disponível em <https://elpais.com/smoda/2024-09-02/adele-y-la-controversia-de-sus-new-balance-virales-acto-espontaneo-o-promocion-encubierta.html> . Acesso em mar. de 2025.

MESSIAS, Caroline Marins; VILAS BOAS, Daiana; SALTORATO, Juliana Gomes. Moda e música: a influência da música no comportamento do consumidor. Revista Científica de Ciências Aplicadas da FAIP. Marília/SP, 2014. Disponível em https://faip.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/8YWP42Sbe0e3ZiK_2014-6-30-10-7-40.pdf . Acesso em mar. de 2025.

MONTEIRO, Isabel. Janis Joplin: O sonho hippie dos Anos 60. 17/01/2023. Disponível em <https://www.dn.pt/arquivo/diario-de-noticias/janis-joplin-o-sonho-hippie-dos-anos-60-15667656.html> . Acesso em mar. de 2025.

MOURA, Larissa Leal. Moda como expressão de identidade no mundo contemporâneo. Monografia (Mestrado) – Curso de Psicologia Social, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018. Disponível em https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/9290/2/LARISSA_LEAL_MOURA.pdf . Acesso em mar. de 2025.

MOURA, Luiz Alberto Brandão. "Fado Canibal". A constituição do indie em Portugal em 18 gravadoras (1982 a 2017). Monografia (Doutorado) – Curso de Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2024. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/90952/1/Luiz%20Alberto%20Brand%C3%A3o%20Moura.pdf> . Acesso em out. de 2024.

MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. A moda no século XX. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

MUSIC 396. Quais são os desafios de manter a autenticidade na música pop e nas colaborações de moda? S/d. Disponível em <https://pt.music396.com/question/what-are-the-challenges-of-maintaining-authenticity-in-pop-music-and-fashion-collaborations/128548> . Acesso em mar. de 2025.

OFICINA IN CONCERT. A estética gratinada. S/d. Disponível em <https://www.yumpu.com/pt/document/read/14840488/1-ano-a-a-historia-nao-contada-chegou-o-momento-das-> . Acesso em out. de 2024.

PORFIRIO, Anita. Dia do rock: 10 mulheres que marcaram a história da música. 13/07/2019. Disponível em <https://vogue.globo.com/cultura/noticia/2019/07/dia-do-rock-10-mulheres-que-marcaram-historia-da-musica.ghtml> . Acesso em mar. de 2025.

PORTILHO, Gabriela. Dos shows de rock para as passarelas. S/d. Disponível em <https://moderninhass.blogspot.com/p/moda.html> . Acesso em out. de 2024.

ROCK'N BOLD. O atômico impacto de Debbie Harry. 05/03/2020. Disponível em <https://rocknbold.com/2020/03/o-atomico-impacto-de-debbie-harry/#:~:text=Debbie%20Harry%20%C3%A9%20um%20%C3%ADcone,marca%20na%20hist%C3%B3ria%20desde%20ent%C3%A3o>. Acesso em mar. de 2025.

ROLLINGSTONE. Damiano David, do Måneskin, é o novo embaixador global da Bvlgari. 10/02/2025. Disponível em <https://rollingstone.com.br/noticia/damiano-david-do-maneskin-e-o-novo-embaixador-global-da-bvlgari/> . Acesso em mar. de 2025.

RUELLA, Larissa Furtado. A identidade do rock e seus subgêneros no contexto da moda contemporânea. Monografia (Tecnólogo) – Curso de Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal Do Paraná, Apucarana, 2015. Disponível em https://riut.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5799/1/AP_CODEM_2015_1_13.pdf . Acesso em mar. de 2025.

SOUZA, Ligia A. R.; BARBOZA, Marina de O. Moda e rock: mudança na estética do produto atual. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo) – Curso de Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2013. Disponível em https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5886/3/AP_CODEM_2013_1_10.pdf . Acesso em jul. de 2024.

SOUZA, Yasmin. Gucci reinventa a Blondie: a nova it-bag para fashionistas atemporais. 08/10/2024. Disponível em <https://inmagazine.ig.com.br/moda/gucci-reinventa-a-blondie-a-nova-it-bag-para-fashionistas-atemporais/> . Acesso em mar. de 2025.

STEINMACHER, Gustavo. Rock underground do virtual ao local: a cena de Florianópolis (1999-2006). Dissertação (Mestrado) – Curso de História, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em https://www.udesc.br/arquivos/faed/id_cpmenu/6979/1___Disserta__o_finalizada__Gustavo_Steinmacher__1684955152576_6979.pdf . Acesso em fev. de 2025.

STORCH, Júlia. NBA, rock e streetstyle: seis recentes colaborações de sneakers. 07/11/2023. Disponível em <https://exame.com/casual/nba-rock-e-streetstyle-seis-recentes-colaboracoes-de-sneakers/> . Acesso em abr. de 2025.

TANCREDI, Silvia. Rock. S/d. Disponível em <https://brasilescola.uol.com.br/artes/rock.htm> . Acesso em fev. de 2025.

TERRA. Paul McCartney 70 anos. 2012. Disponível em <https://www.terra.com.br/diversao/infograficos/musica/paul-70anos/beatles.htm> . Acesso em out. de 2024.

TEXPRIMA. Alerta de Tendência: a influência do rock dos anos 2000. 23/09/2022. Disponível em <https://texprima.com.br/mercado/rock-anos-2000/> . Acesso em fev. de 2025.

THE ECONOMIC TIMES. MTV Video Music Awards 2023: Maneskin wins Best Rock Video for their song 'The Loneliest'; know about the song. 13/09/2023. Disponível em <https://economictimes.indiatimes.com/news/international/us/mtv-video-music-awards-2023-maneskin-wins-best-rock-video-for-their-song-the-loneliest-know-about-the-song/articleshow/103635923.cms?from=mdr> . Acesso em mar. de 2025.

THE LOOK STEALERS. Dia mundial do rock: 12 tendências que você já deve ter usado. 13/07/2021. Disponível em <https://stealthelook.com.br/dia-mundial-do-rock-12-tendencias-que-voce-ja-deve-ter-usado/> . Acesso em mar. de 2025.

TINTI, Simone Paula Marques. História do Rock. 29 de novembro de 2003. Disponível em <https://whiplash.net/materias/biografias/000398.html> . Acesso em out. de 2024.

YU, Isabela. O início do Blondie e o fim dos anos 1970. 03/02/2021. Disponível em <https://monkeybuzz.com.br/materias/o-inicio-do-blondie-o-fim-dos-anos-1970/> . Acesso em mar. de 2025.

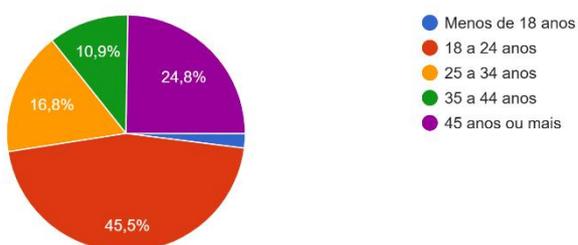
ZELO. A influência do rock na moda: tendências e estilos ao longo dos anos. 12/07/2023. Disponível em: <https://revistazelo.com.br/moda/a-influencia-do-rock-na-moda-tendencias-e-estilos-ao-longo-dos-anos/> . Acesso em mar. de 2025.

APÊNDICE 1 – PESQUISA REALIZADA COM CONSUMIDORES DO ESTILO ROCK

PERGUNTA 1-

Qual a sua faixa etária?

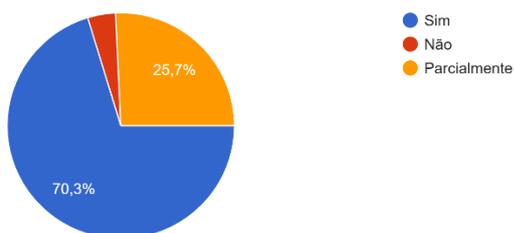
101 respostas



PERGUNTA 2-

Você se identifica com o estilo musical rock?

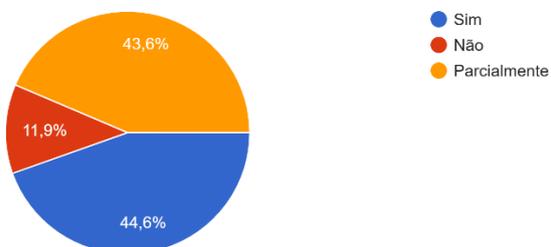
101 respostas



PERGUNTA 3-

Você se identifica com o estilo visual (vestuário) relacionado ao rock?

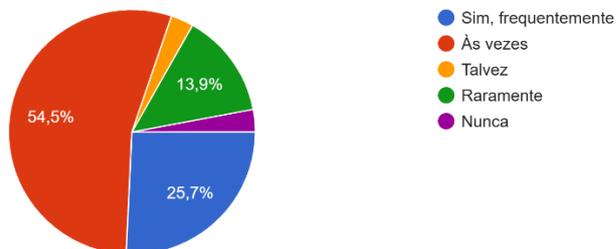
101 respostas



PERGUNTA 4-

Você costuma comprar roupas com estética ligada ao rock?

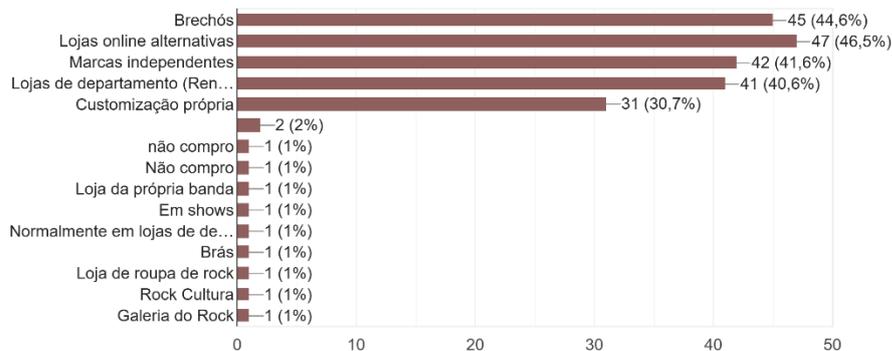
101 respostas



PERGUNTA 5-

Onde você costuma comprar esse tipo de roupa?

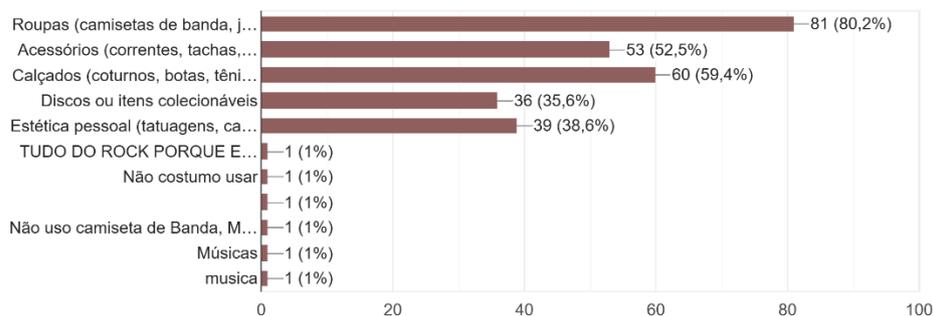
101 respostas



PERGUNTA 6-

O que você costuma consumir ligado ao estilo rock? (pode marcar mais de um)

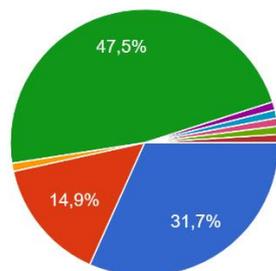
101 respostas



PERGUNTA 7-

O que mais te motiva a escolher roupas do estilo rock?

101 respostas

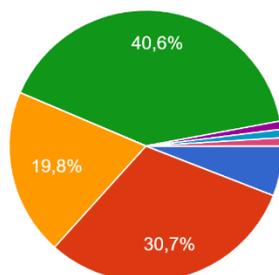


- Gosto visual
- Representa minha personalidade
- Por ser diferente do que está na moda
- Identificação com a cultura musical
- Todas as opções menos por ser diferente do que está na moda, porqu...
- não tenho motivação nenhuma tenho...
- Não costumo usar
- A roupa não me importa
- Sou adepta a ideologia e a contracult...

PERGUNTA 8-

Para você, qual dessas afirmações representa melhor o estilo rock no vestuário?

101 respostas

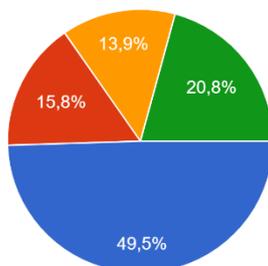


- Uma tendência de moda que combina comigo
- Uma forma de me expressar e mostrar quem sou
- Apenas um estilo estético como qualquer outro
- Algo que representa atitude e resistên...
- Um mix entre C e D. Já foi mais polític...
- Por me identificar com algumas band...
- Fazer parte do underground da cultur...

PERGUNTA 9-

Quando você vê uma peça que segue a tendência da moda atual, mas tem uma "estética rock", como você reage?

101 respostas

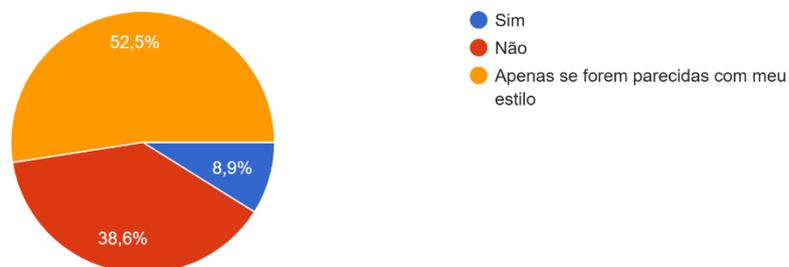


- Me agrada, se for autêntica
- Gosto, mesmo que seja só visual
- Evito, se parecer "modinha"
- Indiferente

PERGUNTA 10-

Você costuma seguir tendências de moda que aparecem em passarelas ou redes sociais?

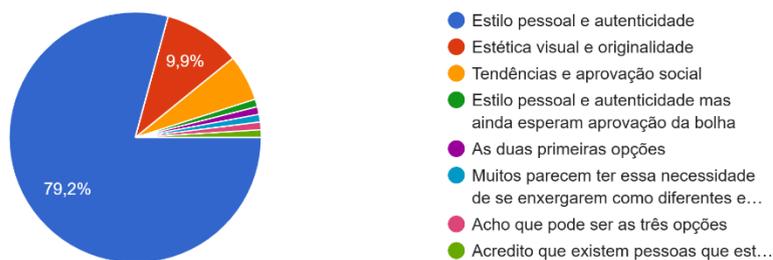
101 respostas



PERGUNTA 11-

Você acredita que quem consome moda rock está mais preocupado com:

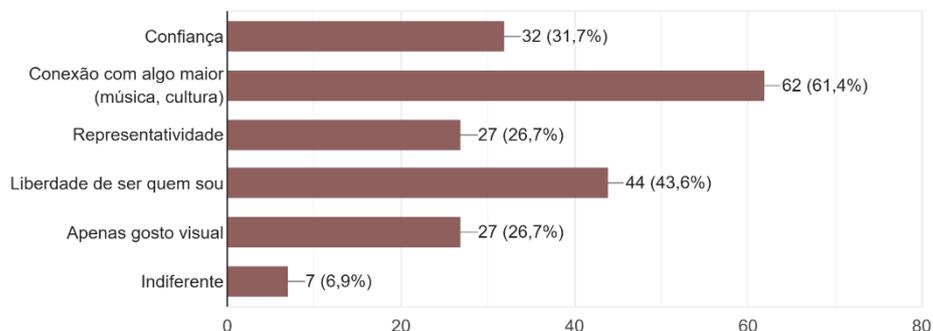
101 respostas



PERGUNTA 12-

O que você sente ao usar roupas com estética rock? (pode marcar mais de uma)

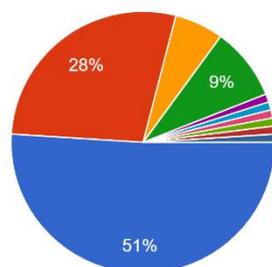
101 respostas



PERGUNTA 13-

Para você, as camisetas com estampa de bandas são:

100 respostas



- Uma forma autêntica de demonstrar...
- Apenas uma alternativa prática para...
- Um item de moda, independentement...
- Não vejo relação entre vestir a estam...
- não ligo pra camiseta de bandas mes...
- Não uso camisas de banda.
- As duas primeiras opções
- Use oque gostar e oque quiser, eu...

▲ 1/2 ▼

PERGUNTA 14- Defina o estilo *rock*

O <i>rock</i> 🤘🤘🤘
representação de identidade
Símbolos e cores
A originalidade
O olhar crítico das pessoas quando me vem bem vestido com uma roupa preta kkk
A mistura do preto com prata.
Cores predominantes (preto). Roupas e tecidos como jeans rasgados, jaquetas de couro, camisetas de banda. Calçados como coturno, tênis converse, até botas de cowboy. Muitas pulseiras de couro, acessórios em prata com símbolos de cruz, caveira, e serpentes.
Pelo estilo mais alternativo que segue o gênero.
Gosto de se sentir livre
O estilo <i>rock</i> é muito abrangente, mas existem subculturas que se diferenciam principalmente pelo reflexo que elas tem nos movimentos sociais e políticos - uma forma de não apenas demonstrar o estilo pessoal e autêntico, mas principalmente de estar associado a uma forma de expressão que desafia "normas estabelecidas", tanto no campo musical quanto no comportamento social, coisa que nem sempre vemos transparecer nas tendências de moda, apesar da passarela se mostrar cada vez mais autêntica e intensa, as pessoas ainda são reprimidas e tendem a enxergar apenas o que o olho vê.
É um estilo bem embasado, em quanto outros estilos são muito maleáveis e estão em uma constante mudança de padrões, o <i>rock</i> se prende muito as suas raizes
A conexão com a música e com a história das bandas que eu gosto
A forma de ressignificar elementos já presentes na sociedade com o intuito de chocar o senso comum. Além de, é claro, buscar acabar com preconceitos.
-
É uma cultura que vai além de uma tendência da moda
Cultura,

É um estilo que abrange muitas áreas, pode ser tanto agressivo como suave, não apenas a estética mas as músicas também, cada um tem um gosto que se identifica mas o <i>rock</i> é algo que vive dentro de quem Ama realmente o estilo e quando entra nunca sai
As pessoas
Estilo relacionado ao <i>rock</i> ao mesmo tempo que cria uma identidade diferente e única para cada um, pois tem vários jeitos e costumes para esse estilo, ele unifica um grupo de pessoas geralmente vistos de má forma por aqueles que não se agradam com o estilo
Como o <i>rock</i> nasce da contracultura, ele é muito bruto na sua aparência, ele vem com personalidade, atitude e um posicionamento político, e por mais que quando ele sai ali das ruas e vai para as passarelas, acaba perdendo parte da sua essência, sendo agora mais uma parte do capitalismo que só se importa com vender e vender, ainda assim as pessoas que acabam consumindo querendo ou não se identificam com o que aquele estilo vai comunicar para as outras pessoas, e na minha opinião é aí que está a diferença com as outras tendências de moda, por ser algo mais audacioso e ter aquele peso cultural, diferente de usar uma roupa balone por exemplo, ou cintos bohos, essas peças elas acabam sendo mais simples de serem consumidas, ainda mais atualmente num cenário de conservadorismo que o mundo está tendo. Concluindo, quem usa desse estilo mais <i>rock</i> precisa ter algum tipo de autenticidade e conhecimento, diferente de outras tendências que caem no gosto popular com mais facilidade.
Bom gosto
Foi um estilo com uma enorme responsabilidade em popularizar a subversão, o enftretamento cultural e a autenticade do indivíduo à cima de padrões.
Nesse sentido, acredito que a estética utilizada pela subcultura tenha sido sequestrada pelo mercado como muitas outras, portanto, atualmente me parece que o que diferencia ele dos outros estilos é que ele aparenta se colocar como "alternativo" num mundo onde essa palavra perde o sentido quando se assimila a estética pela estética. Ser alternativo de fato nunca teve a ver com um estilo de roupa em si, mas com um modo de vida questionador e isso antes era exprimido por formas de se vestir ou de se portar.
A história é a conexão entre as pessoas
atemporalidade e autenticidade
A originalidade mantida desde sempre e a pouca mudança em relação à moda
A autenticidade do estilo e as cores pesadas
O estilo em si
Cultura e estilo de vida.
Autenticidade
Black total
Perenidade. Estilos passam, o <i>Rock</i> continua
Autenticidade
Ao meu ver, a maior diferença do (estilo <i>Rock</i>) comparado com outros estilos, é a Originalidade, não é apenas uma maneira de se vestir e sim um ESTILO DE VIDA. Interligados com assuntos políticos e sociais. Estudos apontam que pessoas que gostam de <i>ROCK</i> tem um QI mais elevado.
O <i>Rock</i> não não morrera jamais
O visual pesado e o fato de ser atemporal
Acredito que seja uma forma de expressar não apenas um estilo, pois temos vandas estampadas em camisas etc.

Atemporal, indiferente da idade atingi todos os públicos (idades, gerações)
Pra mim, Moda é uma forma de expressão social e cultural, o modo das pessoas se vestirem diz muito mais sobre elas do que elas podem imaginar. Apesar de <i>rock</i> sempre estar na Moda de alguma forma, pessoas que se identificam com <i>rock</i> e suas milhares de vertentes, são autênticas na forma como exploram sua aparência perante a sociedade, e não apenas se influenciam por tendências passageiras. É um vestir natural e espontâneo, muito mais por amor que por qualquer tendência.
Apesar de ser um estilo, é algo discreto que não escandaliza no modo de vestir.
Atitude
Suas ramificações e representações
O uso de muito preto, autenticidade
O estilo <i>rock</i> é mais afirmativo.
Autenticidade.
Cor e estética
Para mim o que diferencia, e a forma de usar, no meu caso, eu amo a misturar estilos, e esse é um que mesmo você usando com qualquer outra roupa, ele te deixa com um estilo único, e confiante!
Seu estilo único e seu vínculo musical
acredito que o que diferencia é a combinação do conforto e da confiança ao vestir algo que se tem orgulho.
É atemporal, os anos passam e o estilo fica, e muito raramente quem não é do movimento se identifica, então fica difícil virar tendência
.
são apenas tendencias e não tem diferença mas já percebi que está diminuindo as estampas de <i>rock</i> e seu disso pq trabalho com silk screen
Estilo <i>rock</i> é difícil mudar, sempre utilizam a mesma estética Já a tendencia de moda sempre vem e vai então é bem diferente
👉👉 tudo, <i>rock</i> é vida ❤️
O que mais diferencia o estilo <i>rock</i> de outras tendências de moda é a atitude que ele carrega. Enquanto muitas tendências de moda seguem ciclos sazonais e são influenciadas por mudanças culturais e sociais, o estilo <i>rock</i> é fortemente enraizado em um espírito de rebeldia e liberdade. Ele vai além das peças em si — é uma expressão de identidade e resistência.
Ser um estilo a parte que persevera através do tempo.
Atitude
O estilo não tem uma só característica, dentro do <i>rock</i> tem muitas vertentes a serem exploradas e isso traz mais autenticidade para quem o usa
Ser diferente
É atemporal
Rebeldia ao se vestir
Maior autenticidade mesmo que seja só por estética, não tem uma fórmula dentro do estilo, precisa haver uma criatividade e sustentar o look

É atemporal e independente da vertente do <i>rock</i> , ainda é perceptível que a pessoa curte algo relacionado a subcultura
Vejo o estilo <i>rock</i> como um estilo versátil, podendo misturar ele com outros estilos diferentes, além disso, pode ser uma fonte de inspiração para novos estilos e tendências.
Esse estilo não costuma se misturar com as novidades que aparece, tirando o <i>Punk</i> , que mais se aproxima, o resto não agrega, tornando puro! Original! Traz a verdade sobre pessoas bem orientadas, que sabem o que realmente importa.
Acho disruptivo, combina mais com a noite
O que mais diferencia o estilo <i>rock</i> de outras tendências de moda é a atitude. Não é só sobre usar couro, jeans rasgado e camisetas de banda — é sobre parecer que você acordou pronto pra enfrentar o sistema... ou pelo menos discutir com alguém sobre qual álbum do Metallica é o melhor.
Se fôssemos comparar com um personagem, o Sasuke Uchiha seria o roqueiro perfeito: sempre de preto, cara fechada, visual gótico-sofrendo, e aquela vibe de quem escuta Linkin Park no último volume enquanto pensa em vingança. Ele é literalmente o cara que entra no rolê e todo mundo pensa "ih, lá vem o cara do <i>rock</i> com trauma não resolvido."
Tem até meme que combina com isso:
"Por que o Sasuke tá sempre de preto?" "Porque ele é do <i>rock</i> , é claro. E do ódio também."
Enquanto outras modas tentam ser fofinhas ou minimalistas, o estilo <i>rock</i> grita rebeldia, mesmo que seja sussurrando: "ninguém me entende, mas minha jaqueta de couro sim."
<i>Rock</i> é mais que moda — é um estado de espírito... Um pouco dark, um pouco dramático e 100% Sasuke ouvindo Evanescence na chuva.
As pessoas usam independente do que está na moda, e independente da época.
O estilo <i>rock</i> tem uma pegada autêntica e cheia de atitude. Preto, couro e jeans surrado dão aquele ar rebelde. Acessórios e camisetas de banda fecham o visual.
As estabas com diferentes representações de sentimentos mais " Intenso" sem ter medo de desmontar A aspectos dos humanos que são ignorados pela maioria dos estilos
A maior parte as pessoas não usa por ser tendência é sim pq realmente gosta e se identifica com o gênero
Transcende o tempo, nunca sai de moda!
O envolvimento subjetivo de cada indivíduo, pois, o gênero abrange muitas ramificações e a fidelidade ao gênero atemporal, o torna diferente de qualquer outra tendência
A personalidade de um forte estilo musical atrelado a mostrar-se presente, seja por uma banda que se conecta estampada na camiseta ou a história de um estilo que te liberta de qualquer tipo de amarra social, se conecta totalmente com um processo de auto descoberta e de uma visão mais liberta do mundo, independente de julgamento e opiniões alheias.
A rebeldia presente na estética
Faixa etaria , pois vai desde a criança ao idoso! O lifestyle é o mesmo !
Identidade
Conexão, autêntica, expressiva

A atitude
Não tem frescuras.
A originalidade
Subversão ao que é imposto pela sociedade
Personalidade
Originalidade
Ele ser ousaste expressivo
Looks pretos, peças em prata, looks mais pesados Porém, podem ser ais chiques, não necessariamente aquele look largado,
Estilo metalhead superior a qqr outro
essa fico devendo viu
Atitude e liberdade.
o quão distante ele se tornou das suas origens, e do seu significado original
A cultura que está por trás da estética, que vem de posições de resistência, luta, rebeldia e autenticidade.
Paleta de cor e escolha estética de signos/símbolos
carrega um significado mais específico acho, não sei explicar ksjdk
É atemporal, jovial, e permite aberturas para o "encaixe" de outras estéticas, justamente por não existirem "regras" e uma exigência pelo belo.
Gosto da praticidade e liberdade que o estilo permite ter, sem perder a essência. Também acho muito adaptável pra realidade brasileira (calor), diferente de outras estéticas com uma carga europeia demais (muuuuita roupa). Acessível e sempre relevante.
Acho que nada pra falar a verdade, andam bem juntas na minha opinião.
A cultura de customização de roupas. Por muito tempo não existia roupas de estilos alternativos e quando tinha era um preço inacessível, então muitas pessoas começaram a customizar e fazer suas próprias roupas, o que eu acho muito incrível.
O "estilo <i>rock</i> " tem uma história fundada nas subculturas e contraculturas do século XX, enquanto as tendências geralmente são ideais estéticos efêmeros, não necessariamente ligados à algum movimento social e sempre voltados para o consumo e lucro da indústria da moda.
É uma questão de personalidade e princípios.
É mais pessoal e autêntico. Quem gosta gosta ! Eu não gosto de excessos.
O estilo <i>rock</i> tem uma característica especial de rebeldia, ele se diferencia por tentar ser original e de destaca pelos tecidos pesados, as formas diferentes e as cores fortes. Na minha concepção, o estilo <i>rock</i> vem sendo original desde sua criação.