

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”

Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda

ALESSANDRA MARIA DE MAGALHÃES

MICAEL CRISTIAN DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DA MÚSICA NA VESTIMENTA:

O pop é o gênero mais influenciador?

**ALESSANDRA MARIA DE MAGALHÃES
MICAEL CRISTIAN DOS SANTOS**

**A INFLUÊNCIA DA MÚSICA NA VESTIMENTA:
O pop é o gênero mais influenciador?**

**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
– FATEC/ Americana.**

Área de concentração: Moda

Orientador: Prof.^a Dr.^a Nancy de Palma Moretti

ALESSANDRA MARIA DE MAGALHÃES

MICAEL CRISTIAN DOS SANTOS

A INFLUÊNCIA DA MÚSICA NA VESTIMENTA:

O pop é o gênero mais influenciador?

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Data de aprovação: ___/___/___

Banca Examinadora:

Nancy de Palma Moretti
Professora Doutora
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

Maria Adelina Pereira
Professora Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

Alex Paulo Siqueira Silva
Professor Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

Dedicamos esse trabalho a todos que acreditam que a música é expressão e vitalidade, e juntamente a moda revela personalidade.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, que fez com que meus objetivos fossem alcançados, e por me permitir ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo da realização deste trabalho.

Aos meus pais Edite e Acetides e irmão Alessandro, que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho.

A minha vó Odete, por ser minha inspiração para começar a pensar em moda, sua destreza, força e garra me trouxeram admiração.

Ao meu melhor amigo, Micael, que sempre estive ao meu lado, pela amizade incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período de tempo em que me dediquei a este trabalho.

As Amigas Fiama, Isadora, Amanda, Lohaine e Giovana pela parceria, momentos de risos e resenhas, que fizeram deste período mais leve.

Aos meus colegas de turma, por compartilharem comigo tantos momentos de descobertas e aprendizado e por todo o companheirismo ao longo deste percurso.

Aos professores, por todos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com a qual guiaram o meu aprendizado.

A todos que participaram, direta ou indiretamente no desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o meu processo de aprendizado.

A faculdade de Tecnologia de Americana, essencial no meu processo de formação profissional, pela dedicação, e por tudo o que aprendi ao longo dos anos do curso.

Alessandra Magalhães.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me conceder a vida e saúde até o presente momento, a ele sou grato por tudo o que me proporcionou.

Agradeço a minha mãe Cláudia, que me criou da melhor maneira possível e me apoiou desde o início a conquistar os meus sonhos e não medir esforços para que eles se realizem. A minha tia Cristiane, que desde sempre me apoiou e me ensinou a almejar sempre o máximo. As minhas irmãs, Milena e Izabel, por serem meu suporte e incentivo sempre que necessário.

Agradeço a Nancy, por aceitar esse desafio incrível de nos orientar, e ao Sampaio, por ser o melhor corretor e nos adequar quanto as normas exigentes. Aos citados por serem excelentes profissionais e amigos queridos que levarei para a vida.

Agradeço ao Rafael, meu futuro noivo, por ter me incentivado em todo processo, pelo apoio emocional e motivacional. E também a Andréia, por fabricá-lo e me mimar como filho.

Agradeço as minhas melhores amigas dessa minha vida universitária: Alessandra, Amanda, Carla, Fiama, Giovana, Isadora, Lohaine e Raissa. Por todos os momentos que compartilhamos e por sempre deixarem tudo mais leve do que realmente é, mesmo durante as aulas on-line, que foi um verdadeiro furacão nas nossas vidas acadêmicas.

Agradeço mais especificamente a Alessandra, ou Ale, pela parceria aceita sem hesitações. Agradeço pela amizade mais sincera, pelas orientações, momentos, conselhos, risadas e choros compartilhados. Você foi fundamental para muitas decisões e escolhas que tomei. Obrigado.

Agradeço as minhas melhores amigas de longa data, Adriele, Letícia, Vitória, Fernanda, Tatiane, Nayla, Natália, Jade, Gabriella, por mesmo com a distância nunca falharem em manter essa amizade que temos.

Obrigado a todos vocês.

Micael Cristian

“O que você veste é como você se apresenta ao mundo, especialmente hoje, quando os contatos humanos passam tão rápido. A moda é uma linguagem instantânea.”
(Miuccia Prada).

RESUMO

Como a música, a indumentária é arte e sofre influência da época e da sociedade, alterando o modo de vida das pessoas. É conhecido que a música já foi retratada de forma vaga, mas hoje é abordada como recurso de maturação, onde o indivíduo sob sua influência pode se reconstruir, portanto, relação entre a moda, música e o ser humano, está longe de ser superficial: a moda destaca características vinculadas a personalidade de modo a revelar ou ocultar seu lado íntimo e a transfigurar sobre uma segunda pele um emaranhado de sentimentos e emoções expressas através de formas e cores em movimento. Na virada do século XXI, a música Pop, cresce com o avanço da tecnologia e sons digitalizados, o surgimento de muitos artistas, videoclipes e eventos ligados a esse estilo, fez com que as pessoas não só admirassem a música, mas almejassem se parecer com seus ídolos, ditando forte tendência de comportamento na moda e na sociedade, demonstrando mais uma vez o quanto a música e a moda estão interligadas. A estética da música Pop é atrelar lazer e diversão, fantasia a superficialidade, que cooperam com a relação entre a mídia e seus desfrutadores com a visão que remete à característica da percepção da sociedade atual. O objetivo principal do estudo foi inferir se os gêneros musicais exercem influência no indivíduo, no momento de aquisição de vestuário. O estudo de caráter quantitativo e qualitativo foi realizado com público sem especificidades em um período de pesquisa de quarenta dias contínuos, tendo sido compartilhado em diferentes redes sociais, a fim de não se apegar a público definido. Para a participação da pesquisa, foi necessário o preenchimento de um formulário disponibilizado em meio eletrônico para inscrição prévia que continha cinco questões, sem necessidade de identificação. Foi possível ver que todos os gêneros, mesmo que com popularidade diferente, abrangem públicos seletos, mas todos à sua maneira influenciam quem os ouve, mesmo que os mesmos habitem em diferentes lugares, apresentem diferentes sexos e idades, porém o pop e o kpop, sendo os mais ouvidos de acordo com os dados obtidos, se apresentou como o gênero mais influenciador, comprovando a hipótese do estudo.

Palavras-chave: Moda; Música; Pop.

ABSTRACT

Like music, clothing is art and is influenced by time and society, changing people's way of life. It is known that music has been portrayed in a vague way, but today it is approached as a maturation resource, where the individual under its influence can rebuild, therefore, the relationship between fashion, music and the human being is far from superficial: fashion highlights characteristics linked to personality in order to reveal or hide its intimate side and to transfigure onto a second skin a tangle of feelings and emotions expressed through shapes and colors in movement. At the turn of the 21st century, Pop music, grows with the advancement of technology and digitized sounds, the emergence of many artists, music videos and events related to this style, made people not only admire the music, but aspire to look like their idols, dictating a strong trend of behavior in fashion and society, demonstrating once again how much music and fashion are intertwined. The aesthetics of Pop music is to link leisure and fun, fantasy to superficiality, which cooperate with the relationship between the media and its enjoyers with a vision that refers to the characteristic of the perception of today's society. The main objective of the study was to infer whether musical genres influence the individual at the time of purchasing clothing. The quantitative and qualitative study was carried out with a public without specificities in a research period of forty continuous days, having been shared in different social networks, in order not to get attached to a defined public. To participate in the research, it was necessary to fill out a form available electronically for prior registration that contained five questions, with no need for identification. It was possible to see that all genres, even with different popularity, cover select audiences, but all in their own way influence those who listen to them, even if they live in different places, have different genders and ages, but pop and kpop, being the most listened to according to the data obtained, it was presented as the most influential gender, proving the study hypothesis.

Keywords: Fashion; Music; Pop.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade dos Participantes.....	22
Gráfico 2 – Sexo dos Participantes	23
Gráfico 3 – Cidade dos Participantes	24
Gráfico 4 – Gênero Musical favorito dos Participantes	25
Gráfico 5 – Influência da música na Vestimenta dos Participantes.....	26
Gráfico 6 – Cidades do Interior e o Gênero Musical Influenciando a Vestimenta dos Participantes	27
Gráfico 7 – Grandes Centros e o Gênero Musical Influenciando a Vestimenta dos Participantes	28
Gráfico 8 – Pop/Kpop e Idade dos Participantes.....	29
Gráfico 9 – Sertanejo e Idade dos participantes.....	30
Gráfico 10 – Rock e Idade dos participantes	31
Gráfico 11 – Pop/Kpop e Influência na Vestimenta dos participantes	33
Gráfico 12 – Sertanejo e Influência na Vestimenta dos participantes	34
Gráfico 13 – Rock e Influência na Vestimenta dos participantes.....	34
Gráfico 14 – Cidades do Interior e o Pop/Kpop Influenciando a Vestimenta dos Participantes	35
Gráfico 15 – Cidades do Interior e o Sertanejo Influenciando a Vestimenta dos Participantes	36
Gráfico 16 – Cidades do interior e o Rock Influenciando a Vestimenta dos Participantes.....	37
Gráfico 17 – Grandes Centros e o Pop/Kpop Influenciando a Vestimenta dos Participantes.....	37
Gráfico 18 – Grandes Centros e o Sertanejo Influenciando a Vestimenta dos Participantes.....	38
Gráfico 19 – Grandes Centros e o Rock Influenciando a Vestimenta dos Participantes.....	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Idade,sexo e música influenciando a vestimenta dos participantes.....	31
---	-----------

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	A MÚSICA E A MODA NO DECORRER DO TEMPO	14
3	HIPÓTESE.....	18
4	OBJETIVO.....	19
4.1	Objetivo Geral.....	19
4.2	Objetivos Específicos	19
5	METODOLOGIA.....	20
6	RESULTADOS	21
6.1	Caracterização dos Participantes	21
6.2	Resultados Gerais.....	23
6.2.1	Gênero Musical e Vestimenta	23
6.2.2	Cidade e Gênero Musical Influenciando a Vestimenta.....	25
6.2.3	Gênero Musical e Idade dos Participantes	27
6.2.4	Idade, Sexo e Gênero Musical Influenciando a Vestimenta	30
6.2.5	Influência do Gênero Musical na Vestimenta.....	31
6.2.6	Cidades do Interior e os Gêneros Musicais Influenciando a Vestimenta.....	34
6.2.7	Grandes Centros e os Gêneros Musicais Influenciando a Vestimenta.....	36
7	DISCUSSÃO	39
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
	REFERÊNCIAS.....	42
	APÊNDICE.....	46

1 INTRODUÇÃO

A indumentária continuamente foi um revérbero do modo contemporâneo retratando de certa forma o crescimento econômico cultural e político. Os diferentes tipos de indumentária, identificavam as camadas sociais, profissões, idades e sexo, no entanto a maneira de trajar podia permanecer inalterada por anos, até mesmo em função de condições geográficas. No mundo moderno, contudo, pode-se observar uma moda sem fronteiras, que abrange do oriente ao ocidente (NERY, 2009).

Segundo Braunstein, a partir das primeiras formas de idealização artística da figura humana, depois da nudez paleolítica, que a história da expressão através das roupas, pode ser entendida como um sistema de variações entre ocultar e revelar o corpo através dos tecidos (BRAUNSTEIN, 2009).

A roupa se torna moda no momento em que os feitios e a maneira de usar se transformam numa norma estética de certas camadas da sociedade. No passado, a classe inferior jamais pôde seguir a moda, dela participando apenas como mão-de-obra. Após a revolução Francesa, as diferenças sociais deixaram de ser expressas pelas leis, passando a se manifestar de forma sutil por meio de indicadores como, por exemplo, a qualidade dos tecidos e da confecção. (NERY, 2009).

Riello cita que no âmbito no qual a moda emerge entre os séculos XII e XIII correspondia à estrutura da sociedade medieval, num forte sistema hierárquico com classes muito bem divididas: guerreiros, cavaleiros, sacerdotes, camponeses; e fortes ligações verticais de poder: vassallos e senhores. Além de ser possível identificar as classes, também podia-se perceber a diferença entre certos grupos bem como mulheres casadas e solteiras, forasteiros ou cidadãos profissões, origens e pensamento político. Nas palavras do autor: "Na sociedade medieval, a roupa servia não só para manifestar a hierarquia social, mas também para representar as menores divisões entre os diversos setores e diferentes grupos de poder" (RIELLO, 2012).

No decorrer do tempo a moda perde suas características elitistas, tornando-se democrática isto é, ainda que fosse mais acessível às camadas mais altas da população, outras camadas puderam popularizá-la. "Uma outra forma de reação a tirania de alta-costura pode ser vista nos atuais movimentos

oposicionistas como por exemplo aquele liderado pela sociedade juvenil de consumo chamado anti moda (NERY, 2009).

A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exhibir-se ao olhar do outro. Se a moda, evidentemente, não cria de alto a baixo o narcisismo, o reproduz de maneira notável, faz dele uma estrutura constitutiva e permanente dos mundanos, encorajando-os a ocupar-se mais de sua representação-apresentação, a procurar a elegância, a graça, a originalidade. (LIPOVETSKY, 2009).

Através da correlação das civilizações a evolução do vestuário não parou de depender de um fator predominante: O humano. O progresso exigia do homem adaptação também em suas roupas (BOUCHER, 2010).

Como a música, a indumentária é arte e sofre influência da época e da sociedade, alterando o modo de vida das pessoas (FERREIRA, 1993; PEREIRA, 2015). “A roupa e a história estão sempre ligadas. A indumentária usada numa certa época mostra os hábitos e costumes de um povo” (NERY, 2009).

Entende-se que a música é a arte do som e que sua estrutura retrata a consciência que o homem tem do próprio tempo, ou seja, aborda a relação direta entre os eventos e seu processo perceptivo (MUSZKAT, 2000). “A música não é sua, você é da música. Você é música”, como cita LOPES (2003). A música não é uma ferramenta com ruídos e sons em busca de entretenimento, mas sim recurso de expressão, comunicação, gratificação ou de auto realização, causando comoção em quem a apresenta ou a escuta (LOURDES, 2003).

É conhecido que a música já foi retratada de forma vaga (PINTO, 2001), mas hoje é abordada como recurso de maturação, onde o indivíduo sob sua influência pode se reconstruir (LOURDES, 2003).

Na sociedade a música é representada com conjuntos de ideias sobre o tempo e o homem, onde sua prática é refletida devido ao encontro de culturas ideologias e classes sociais (BUDASZ, 2009). Segundo BLACKING (1976), a música além de reflexiva tem capacidade influenciadora. Nesse sentido a música se aproveita de uma fonte histórica provendo ainda ressignificação cultural, onde “A música não reflete a história. Ela atua com a história e sobre a história” segundo NAPOLITANO (2002).

2 A MÚSICA E A MODA NO DECORRER DO TEMPO

O universo da música pode ser segmentado em diversos gêneros musicais, onde os que se destacam são: Axé Music, Clássica (Erudita), Eletrônica, Funk, Indie, Pagode, Samba, Sertanejo, Rock e o Pop (SANTANA, 2020).

No início do século XX, o cinema e a música influenciaram fortemente a moda. Esses movimentos culturais inspiraram a sociedade a mudar seu modo de agir. O fato da mulher se tornar mais independente, emancipada e que gostava de dançar fez com que as saias fossem encurtadas, de verdade foi uma década de inovações em modos e modas (BRAGA, 2006).

Com novos padrões de beleza, também surgem personagens que influenciam a moda, como Rodolfo Valentino (com seus ternos impecáveis), Fred Astaire (com seus sapatos bicolores) e Marlene Dietrich – responsável pelo lançamento da calça comprida para mulheres, confirmando o lado forte da personalidade feminina, com sofisticação, poder e erotismo (CATOIRA, 2006).

Após a Segunda Guerra Mundial, surgem as primeiras sucessões do sistema moda, numa manifestação inédita– a moda jovem, a moda marginal –, seguindo parâmetros de cessação com padrões sociais. Surgem diversos grupos menores, com novos códigos, que foram multiplicados pela cultura jovem não conformista (CATOIRA, 2006).

Nos anos 50, surge o prêt-à-porter, roupas passam a ser fabricadas em série, fios sintéticos trazem inovação, o Glamour dá lugar ao conforto. Essa modernização foi marcante também na decoração. O high-tech inova, quebrando os padrões dos móveis clássicos (CATOIRA, 2006).

Na década de 70 aconteceu a “consolidação da moda jovem, psicodélica, continuidade da moda hippie e dos aspectos da contracultura”. Conforme o autor, a moda hippie foi mundialmente aceita em 1969, e juntamente com o fenômeno musical Woodstock foi propagada (BRAGA, 2006). Woodstock (1969) marcou o início da geração 70, com Janis Joplin, Hendrix, enquanto o filme “O Embalo de Sábado à Noite”, no ritmo de discoteca, com Travolta (1977) fecha essa década, inicia-se a seguir um novo estilo. Os movimentos musicais passam a influenciar a moda massivamente (CATOIRA, 2006).

Os videoclipes surgiram na década de 80, e tiveram seu ápice na década de 90 desde então a relação entre música e moda se tornava cada vez mais estreita, e com isso passam a coexistir nas telas e passam a se referenciar nas mídias sociais, artistas passam a ditar moda e comportamento através de sua imagem e até mesmo com suas marcas próprias de roupas e acessórios. Essa tendência de comportamento gera mudanças na forma de consumir (PEREIRA, 2018).

Nos anos 90, imersos no egoísmo e na satisfação própria, deixar o corpo em evidência era parte das várias estratégias de individualização, de auto expressão e de mudança permanente do próprio visual. Por outro lado, a resistência do punk como influência decisiva sobre o rock e, depois, sobre o tecno, em suas vertentes mais produtivas e agressivas, fazia pensar que muitas releituras ainda viriam, e que estava havendo uma especialização no processo criativo do final do século XX, avaliando o que acontecia em outras esferas da moda (CALDAS, 2005).

Na virada do século XXI, a música Pop, cresce com o avanço da tecnologia e sons digitalizados, o surgimento de muitos artistas, videoclipes e eventos ligados a esse estilo, fez com que as pessoas não só admirassem a música, mas almejassem se parecer com seus ídolos, ditando forte tendência de comportamento na moda e na sociedade, demonstrando mais uma vez o quanto a música e a moda estão interligadas (PEREIRA, 2018).

O termo “música pop” foi comumente utilizado na década de 50, e tinha apelo para as massas, ou seja, caracterizada por propor música sem público específico (SHUKER, 1994; CASTRO, 2015; BAIA, 2010). Atualmente o Pop tem seus artistas ampliando essa cultura com performances, impondo seus estilos pessoais e sua vivência com shows e videoclipes de forma a se aproximar de seus fãs (SÁ et al, 2015).

Compreende-se por música pop quando a mesma possui refrãos memoráveis e apelo por sentimentos, fundamentando-se também em arte e comércio de músicas (BAIA, 2010). A performance da música é realizada em espaços pré-definidos, com melodias e letras captando a essência do artista (AUSLANDER, 2012; FRITH, 1996), estabelecendo da cultura Pop, senso de

consumo, pertencimento e afeto a grupos de indivíduos (BENNET, 2000; REGEV, 2013; SHUKER, 1994).

A estética da música Pop é atrelar lazer e diversão, fantasia a superficialidade, que cooperam com a relação entre a mídia e seus desfrutadores com a visão que remete à característica da percepção da sociedade atual (GOMES, 2008).

A moda e a música acompanham a civilização humana como uma necessidade relacionada à existência e à semiologia do ser. No início havia ritmo, como se propõe que afirmou no século XIX o célebre músico alemão Hans Von Bülow (1830-1894). Tal observação faz sentido sobre uma diversidade de interpretações: o ritmo como elemento primordial da música e da própria vida. No entanto, não tardou a roupa a surgir : cedendo à metáfora da relação bíblica proposta por Bülow, podemos supor que esta exista desde que o homem provou então do fruto proibido no Jardim do Éden. Provocações à parte, moda e a música estão relacionadas primordialmente pelo ritmo generativo de movimento (físico, mental, objetivo e subjetivo), como se o pulsar do coração transpassasse o corpo revestido a pele de sentimento. (NOROGRANDO & BENETTI, 2016).

“A música e a moda compartilham a sua gênese como forma de comunicação e linguagem” (NOROGRANDO & BENETTI, 2016). Segundo os autores em uma primeira análise diz-se: A música comunica-se de forma auditiva (ritmo e melodia) enquanto a música de forma visual (imagens, formas e cores); nessa ordem de análise, a música e a moda compartilham uma característica essencial no que diz respeito a seu caráter comunicativo: o movimento sem movimento. As relações entre a música e a moda compartilham amplitudes que vão de aspectos físicos, objetivos e descritivos até os limites mais relativos e abstratos da experiência humana. Música e moda se relacionam como modo de comunicação, carregada de sinais da linguagem falada com uma tão ou mais carregadas semiologicamente, como uma espécie de voz subconsciente que acompanha o ser humano de singular ou coletivo por toda a sua vida.

A moda e a música “dizem” antes do “falar”, contam histórias, revelam ou escondem segredos, desejos, memórias e medos, enfim, riscam sobre o desenho tracejado das palavras, uma das faces do indivíduo. (NOROGRANDO & BENETTI, 2016).

A relação entre a moda, música e o ser humano, está longe de ser superficial: a moda destaca características vinculadas a personalidade de modo a revelar ou ocultar seu lado íntimo e a transfigurar sobre uma segunda pele um emaranhado de sentimentos e emoções expressas através de formas e cores em movimento.

A música suscita sentimentos, cheios de energia abstrata, toca o que há de mais profundo dos sentimentos humanos e fala através deste, com sons e movimento, o que muitas vezes simples palavras não podem narrar. Concomitantemente, a moda e a música, satisfaz olhares e ouvidos, funcionam como uma firme ferramenta que descreve quem observa e é observado, que põe corpos e pensamentos em movimento, transmite, expõe e dialogam com sentimentos (NOGRANDO & BENETTI, 2016).

3 HIPÓTESE

Partimos do pressuposto que o estudo em questão vai comprovar que os gêneros musicais influenciam o vestuário de jovens e adultos, demonstrando a relação em três gêneros musicais e vestimenta.

4 OBJETIVO

4.1 Objetivo Geral

Inferir se os gêneros musicais exercem influência no indivíduo, no momento de aquisição de vestuário.

4.2 Objetivos Específicos

Obter dados demográficos da população estudada;

Inferir se o Pop/Kpop exerce maior influência nos indivíduos, quando comparado a outros gêneros musicais.

5 METODOLOGIA

O estudo de caráter quantitativo e qualitativo foi realizado com público sem especificidades, ou seja, qualquer pessoa poderia responder, desde que alfabetizada.

O período de pesquisa foi de quarenta dias contínuos, tendo sido compartilhado em diferentes redes sociais, a fim de não se apegar a público definido.

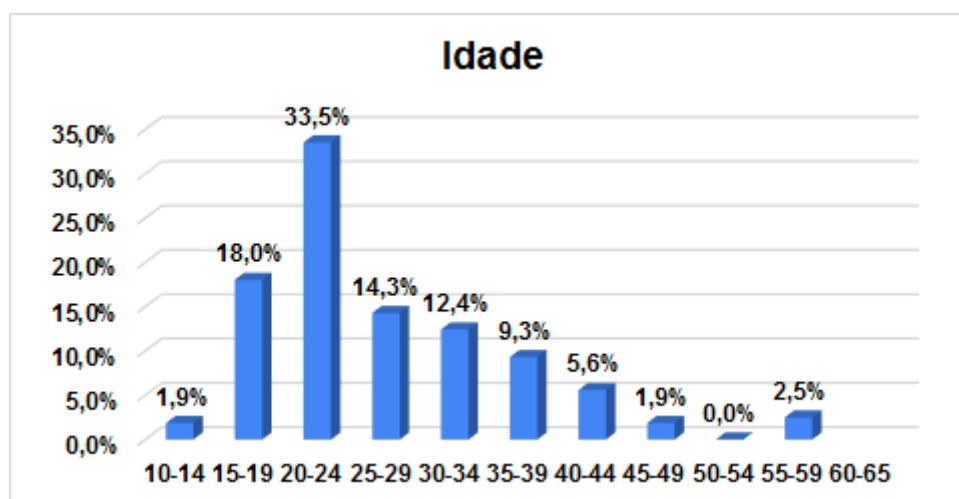
Para a participação da pesquisa, foi necessário o preenchimento de um formulário (Apêndice 01) disponibilizado em meio eletrônico para inscrição prévia que continha cinco questões, sem necessidade de identificação.

6 RESULTADOS

Os resultados a serem mostrados foram obtidos a partir do questionário (anexo 01) aplicado a 161 participantes, a fim de se analisar objetivo proposto.

6.1 Caracterização dos Participantes

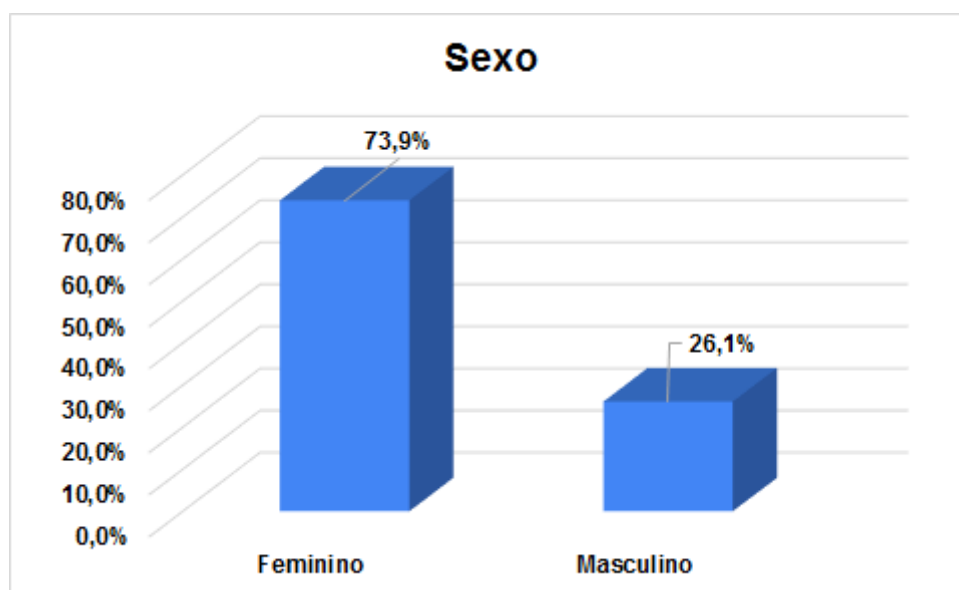
Gráfico 1. Idade dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

Os participantes possuem idade entre 13 e 61 anos, sendo que o maior percentual estava concentrado na faixa entre 20 e 24 anos, com 33,5%. As idades de 15 a 19 e 25 a 29, representam a segunda e terceira maior quantidade de participantes, com 18,0% e 14,3%, respectivamente.

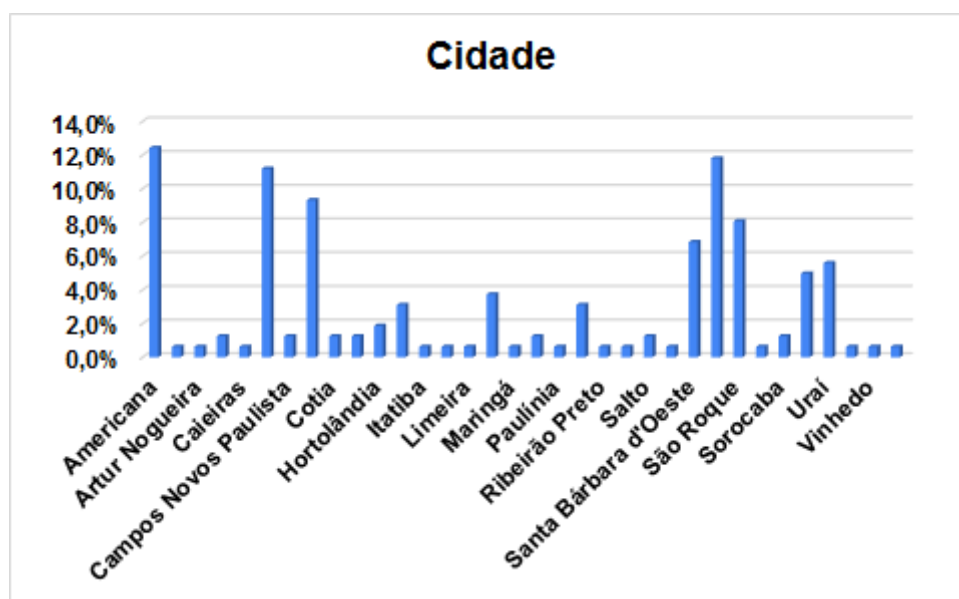
Assim como no gráfico 2, foi possível observar maior incidência de respostas de participantes do sexo feminino, representando 73,9% (119 participantes).

Gráfico 2. Sexo dos participantes.

Fonte: Arquivo dos autores.

Quando questionados sobre as cidades que habitavam, a lista de municípios foi extensa, abrangendo diversos estados.

No total foram registradas 34 cidades (Gráfico 2), sendo elas Americana, Araçariguama, Artur Nogueira, Belo Horizonte, Caieiras, Campinas, Campos Novos Paulista, Cândido Mota, Cotia, Curitiba, Hortolândia, Indaiatuba, Itatiba, Jundiaí, Limeira, Mairinque, Maringá, Nova Odessa, Paulínia, Piracicaba, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro, Salto, Salvador, Santa Bárbara d'Oeste, São Paulo, São Roque, Serrana, Sorocaba, Sumaré, Uraí, Valinhos, Vinhedo e Votorantim.

Gráfico 3. Cidade dos participantes.

Fonte: Arquivo dos autores.

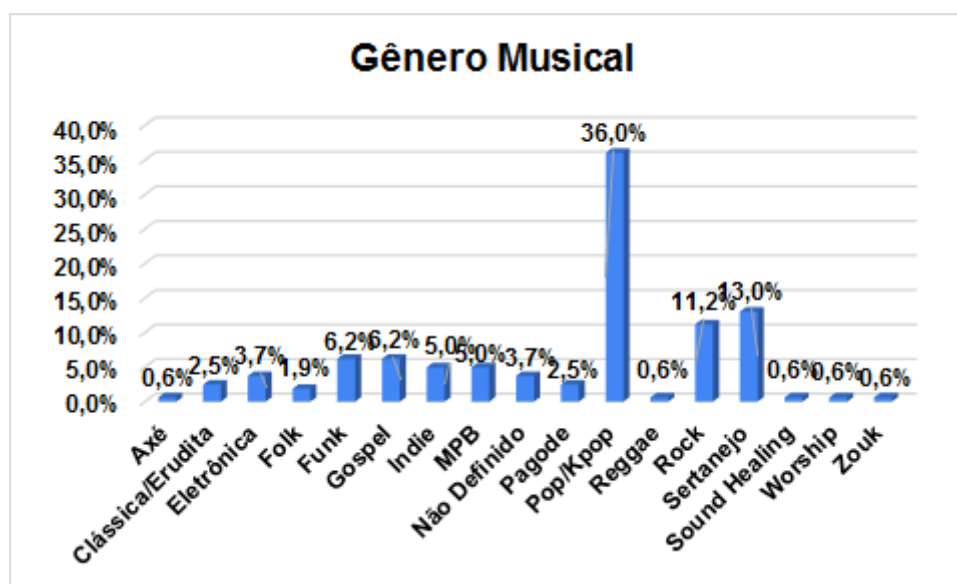
Embora nenhuma das cidades tenha atingido 15% entre todas as outras, as 5 cidades que mais foram declaradas foram a de Americana com 12,4%, seguida de São Paulo com 11,8%, Campinas com 11,2%, Cândia Mota com 9,3% e São Roque com 8,1%, onde a segunda e a terceira consideradas grandes cidades e as restantes cidades do interior.

6.2 Resultados Gerais

6.2.1 Gênero Musical e Vestimenta

A pergunta sobre o qual era o interesse musical dos participantes abordou como opções de gêneros musicais o Axé, Clássica / Erudita, Eletrônica, Funk, Indie, Pagode, Pop / Kpop, Samba, Sertanejo, Rock e outro, caso o participantes não se sentisse representado pelas opções citadas.

Foi adicionado a lista, pelos participantes, outros gêneros musicais como Folk, Gospel, MPB, Reggae, Sound Healing, Worship e Zouk.

Gráfico 4. Gênero musical favorito dos participantes.

Fonte: Arquivo dos autores.

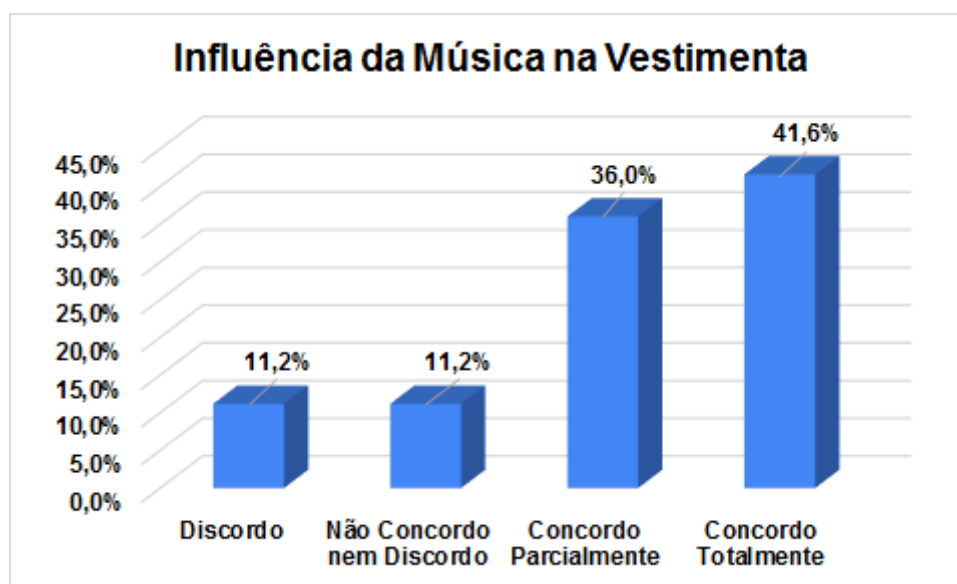
Rankeando, o gênero musical mais escolhido como favorito foi o Pop/Kpop com 36,0%, seguido do Sertanejo com 13,0%, depois pelo Rock com 11,2%. O funk e o gospel, ambos com 10%, ocuparam o quarto e quinto lugar.

Já os demais gêneros não ultrapassaram 5% de escolha, onde 5 deles não foram escolhidos nem por duas pessoas, representando 0,6% cada.

É válido ressaltar que 3,7% (6 participantes) do público analisado não conseguiram especificar que gênero musical mais se identificavam.

O gráfico 5, é resultado da questão sucessora a da escolha de gênero musical favorito, e se o mesmo exerce influência no momento de aquisição de uma peça de vestuário.

É válido ressaltar que o gráfico 5, assim como outros posteriores, buscou analisar se os participantes concordam totalmente, concordam parcialmente, não concordam nem discordam ou não concordam com as afirmações apresentadas.

Gráfico 5. Influência da música na vestimenta dos participantes.

Fonte: Arquivo dos autores.

A maior parte dos participantes (41,6%) concordam que a música influencia diretamente no momento de escolher uma peça, mas 11,2% afirmam discordarem, enquanto que 36,0% concordam parcialmente e 11,2% não tem opinião formada sobre o assunto.

6.2.2 Cidade e Gênero Musical Influenciando a Vestimenta

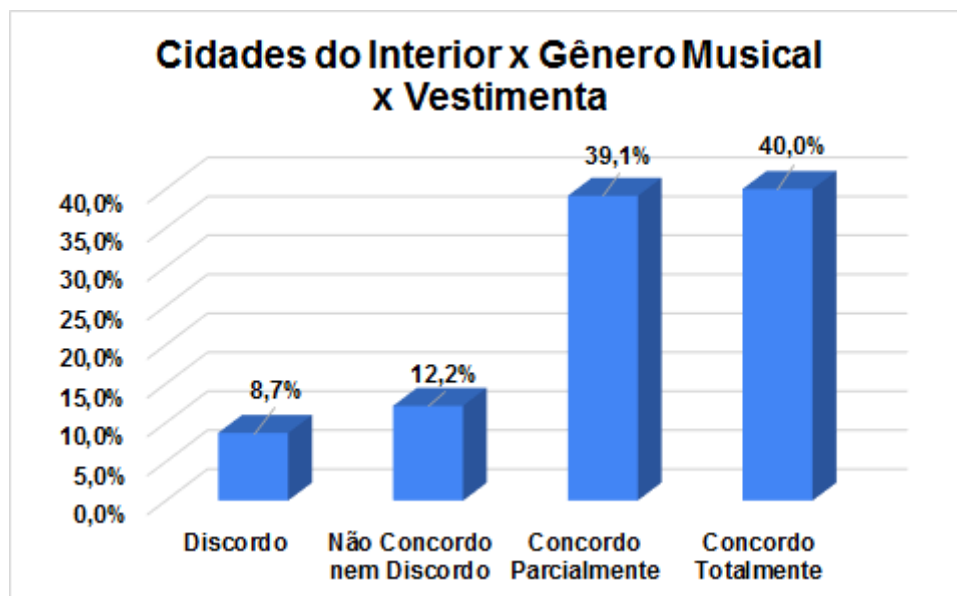
Todas as 34 cidades (Gráfico 3), foram divididas em 2 grupos, sendo o primeiro "Cidades do Interior", abrangendo cidades menos populosas, onde as cidades que o integram não foram selecionadas por critérios, mas por senso comum. O segundo grupo denominado "Grandes Centros", com cidades populosas.

O grupo "Cidades do Interior", contém as cidades de Americana, Araçariguama, Artur Nogueira, Caieiras, Campos Novos Paulista, Cândido Mota, Cotia, Hortolândia, Indaiatuba, Itatiba, Jundiaí, Limeira, Mairinque, Nova Odessa, Paulínia, Piracicaba, Salto, Santa Bárbara d'Oeste, São Roque, Serrana, Sumaré, Uraí, Valinhos, Vinhedo e Votorantim.

Já o grupo "Grandes Centros" representa as cidades de Belo Horizonte, Campinas, Curitiba, Maringá, Rio de Janeiro, Ribeirão Preto, Salvador, São Paulo e Sorocaba.

Assim, os gráficos 6 e 7 abordarão a relação desses grupos com os gêneros musicais e a possível influência na vestimenta.

Gráfico 6. Cidades do interior e o gênero musical influenciando a vestimenta dos participantes.



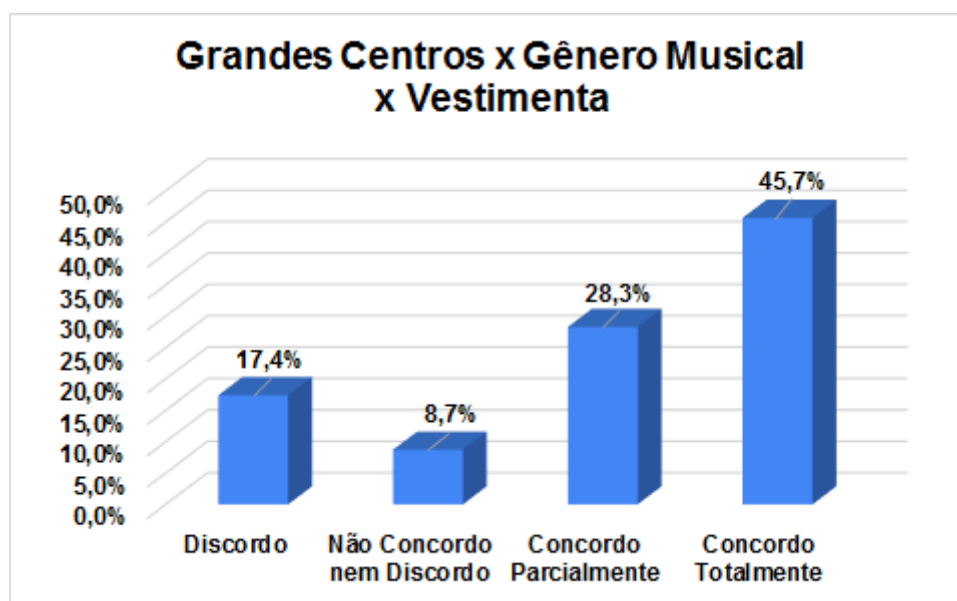
Fonte: Arquivo dos autores.

No total, quase 80% afirma concordar mesmo que parcialmente, ou seja, 40,0% concordam totalmente e 39,1% parcialmente. Já 12,2% não concordam nem discordam.

Dos participantes que afirmaram discordar (10 pessoas), representam 8,7%, enquanto que os 40,0% que concordaram totalmente, totalizam 46 pessoas.

Os participantes que responderam dizendo pertencer à Cidades do Interior, juntos somam 115, e o restante (46 participantes) às Grandes Cidades (Gráfico 7).

Gráfico 7. Grandes centros e o gênero musical influenciando a vestimenta dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

Nos “Grande Centros” o público respondente tem maioria concordando totalmente (45,7%), assim como no gráfico 6 de “Cidades do Interior”.

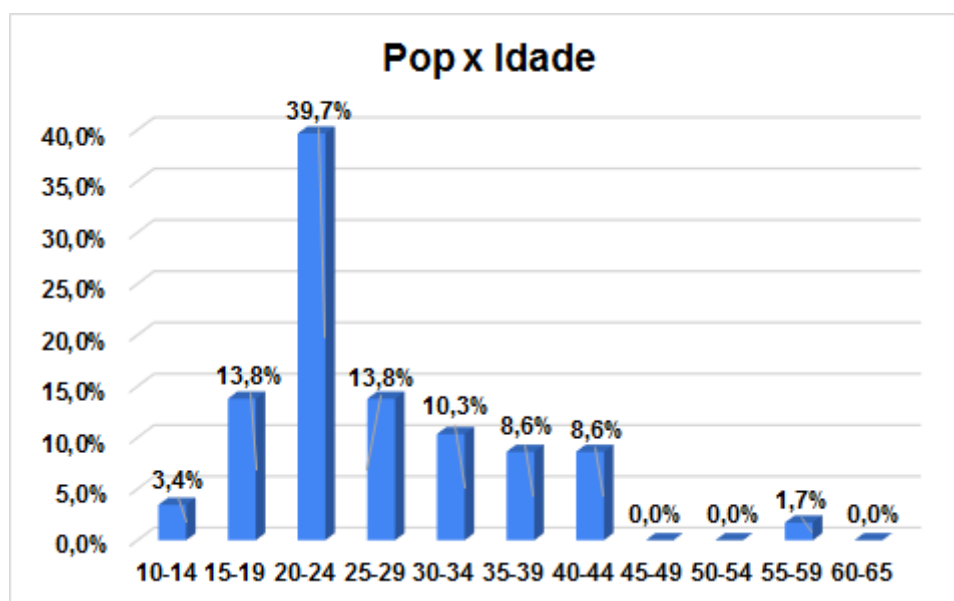
Concordando parcialmente, apenas 28,3% afirmaram e só 8,7% não concordam nem discordam da afirmação, enquanto que 17,4% afirmam discordar, demonstrando diferença de 8,7% a mais que as “Cidades do Interior”.

6.2.3 Gênero Musical e Idade dos Participantes

Após análise quantitativa, foi possível notar os extremos, e os gêneros que mais se destacaram, como O Pop/Kpop, o Sertanejo e o Rock respectivamente.

Baseado nessa afirmativa e levando em consideração os objetivos do trabalho já citado anteriormente, serão analisados os três gêneros com mais afinco.

Gráfico 8. Pop/kpop e idade dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

O Pop (e o Kpop) quando analisado com a variante idade apresenta variação que vai de 0,0% a quase 40%, sendo o maior com 39,7% para pessoas entre 20 e 24 anos e o menor com 0% para o público entre 45 e 49, 50 e 54 e 60 a 65 anos.

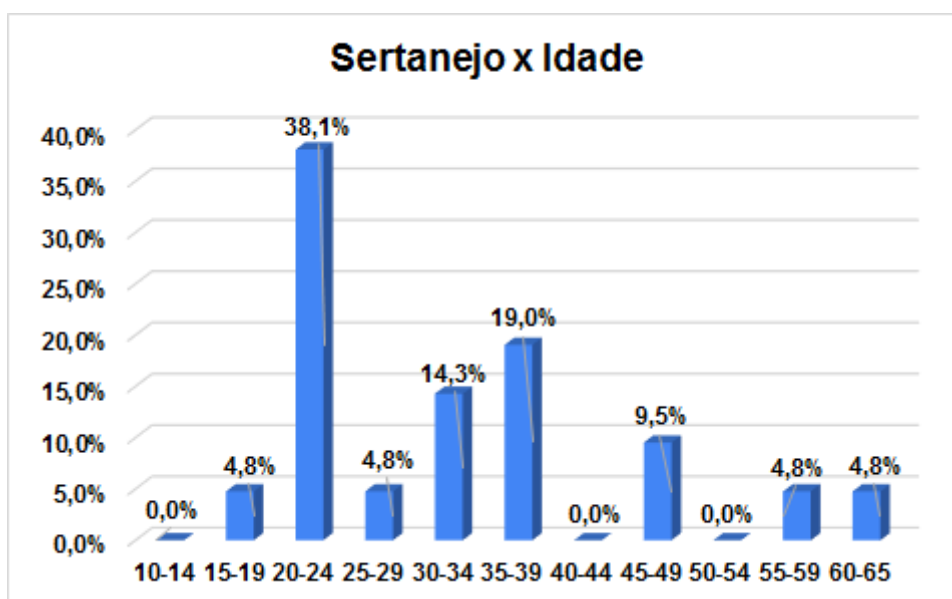
Há também os participantes com idades entre 15 e 19 e 25 a 29, onde ambos possuem 13,8%.

Quando analisada a idade com o gênero Sertanejo (Gráfico 9), os extremos ocorrem quase que com a mesma porcentagem do gráfico anterior, pois a variação vai de 0,0% a 38,0%.

Novamente o maior número de participantes com idade entre 20 e 24 representa a maior porcentagem entre todos os outros. Mas pessoas com idade entre 10 e 14, 40 e 44 e 50 a 54, não escolheram o sertanejo como gênero favorito.

Os participantes com idade entre 30 e 34 e 35 a 39 representam 14,3% e 19,0% respectivamente, e o restante com porcentagem menor que 10,0%.

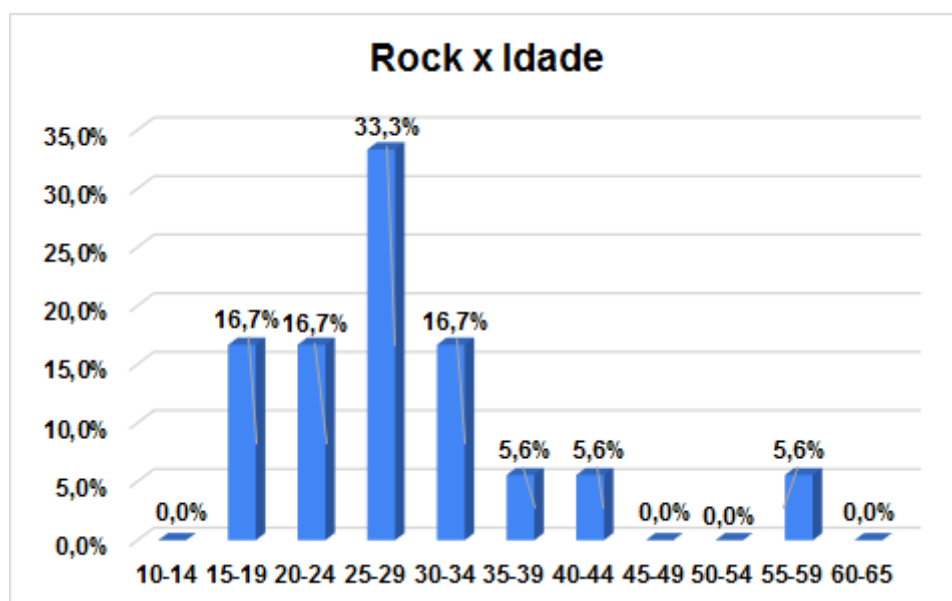
Gráfico 9. Sertanejo e idade dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

O Rock teve apenas quatro intervalos de idade no público respondente, onde os extremos apresentam porcentagens de 33,3% e 0,0%, sendo o primeiro com idades entre 25 e 29, e o segundo com idades entre 10 e 14, 45 e 54 e 60 a 65.

Os participantes com idade entre 15 e 24 e 30 a 34 juntos representam 50,1%, e os participantes com idades entre 35 e 44 e 55 a 59 possuem juntos porcentagem de 16,8%.

Gráfico 10. Rock e idade dos participantes.

Fonte: Arquivo dos autores.

6.2.4 Idade, Sexo e Gênero Musical Influenciando a Vestimenta

A tabela abaixo é uma relação da idade dos participantes e seus respectivos sexos com suas afirmações sobre a possível influência dos gêneros musicais na compra de peças.

Tabela 1. Idade, sexo e música influenciando a vestimenta dos participantes.

	Concordo totalmente		Concordo parcialmente		Não concordo nem discordo		Discordo			
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
10-14	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
15-19	10	5	10	9	7	7	0	2	2	0
20-24	23	16	22	13	4	3	1	5	5	0
25-29	11	6	8	6	1	0	1	3	2	1
30-34	8	7	5	4	1	0	1	6	5	1
35-39	6	6	6	4	1	1	0	2	2	0
40-44	6	3	3	3	0	0	0	0	0	0
45-49	1	1	0	0	2	2	0	0	0	0
50-54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55-59	0	0	3	3	1	1	0	0	0	0
60-65	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0

Fonte: Arquivo dos autores.

Assim como o gráfico 1, os participantes foram diferenciados por grupos de idade e posteriormente, qual a opinião sobre a afirmação que os gêneros musicais de um indivíduo podem influenciá-los no momento de aquisição de uma peça, diferenciando-os ainda pelo sexo.

O público respondente que concorda totalmente (67 pessoas), apresentou 23 pessoas com idade entre 20 e 24 anos, onde 16 eram do sexo feminino. Das 11 pessoas com idade entre 25 e 29, 6 são do sexo feminino. Já das 10 pessoas com idade entre 15 e 19 anos, ambos os sexos são representados igualmente.

Nenhum participante declarou idade entre 50 e 65 anos. Menos de 8 participantes escolheram as demais idades, mas todas eram representadas pelo sexo feminino em sua maioria ou totalidade.

Que concordam parcialmente (58 pessoas), 22, sendo 13 do sexo feminino, possuíam idade entre 20 e 24 anos. Com idades entre 15 e 19 anos, totalizaram-se 10 pessoas, sendo 9 do sexo feminino. Depois 8 pessoas com idade entre 25 e 29 anos, onde 6 eram do sexo feminino.

As idades de 45 e 54 e 60 a 65, não teve participantes que as selecionaram, e o restante, todos com menos de 6 participantes, teve também a maioria ou totalidade do sexo feminino.

Dos 18 participantes que não concordaram nem discordaram, 7 com idades entre 15 e 19 anos todas eram do sexo feminino. Os 4 participantes com idade entre 20 e 24, apenas 1 era do sexo masculino. Menos de 3 participantes escolheram as demais idades e novamente o sexo feminino se destacou.

Que discordam da afirmação, 2 pessoas com idades entre 15 e 19 anos, 5 pessoas com idades entre 20 e 24 anos, 3 com idades entre 25 e 29 anos, 6 com idades entre 30 e 34 e ainda 2 pessoas com idade entre 35 e 39 anos, onde a maioria era do sexo feminino.

As idades de 10 e 14 e 40 a 65, não teve participantes que as selecionaram.

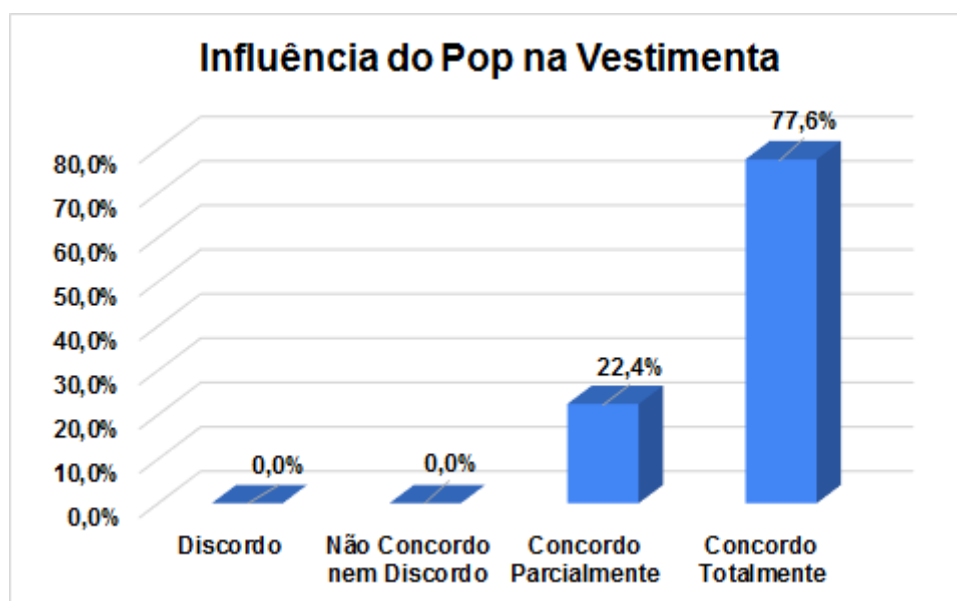
6.2.5 Influência do Gênero Musical na Vestimenta

Os gráficos 11, 12 e 13 demonstrarão os resultados do questionamento sobre quais dos gêneros musicais, Pop/Kpop, Sertanejo e Rock respectivamente, têm maior potencial influenciador no momento de aquisição de uma peça dos participantes.

O Pop/Kpop representando 36,0% entre os gêneros mais escolhidos (Gráfico 4), apresenta extremos indiscutíveis, onde 77,6% concordam totalmente e o restante dos participantes concordando parcialmente (22,4%).

No total 58 pessoas escolheram o Pop/Kpop, mas nenhum dos participantes afirmaram não concordar nem discordar ou não concordar com a afirmação.

Gráfico 11. Pop/kpop e influência na vestimenta dos participantes.

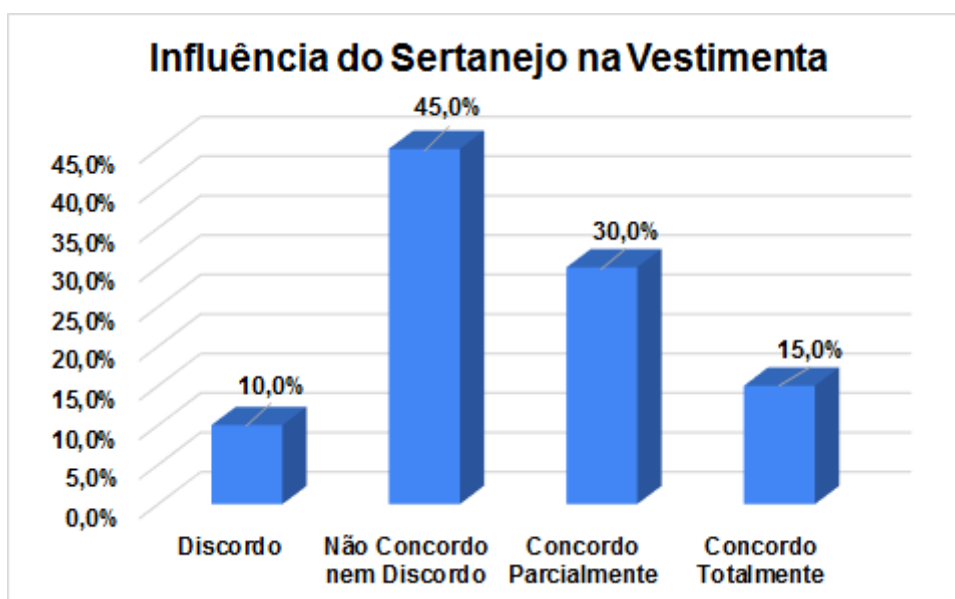


Fonte: Arquivo dos autores.

O Sertanejo que apresenta 13,0% de favoritismo dentre os participantes de acordo com o gráfico 4, teve opiniões diversas quanto à afirmação apresentada.

Embora a maioria dos participantes (45,0%) afirmem que nem concordam nem discordam, 30,0% concordam parcialmente, 15,0% concordam totalmente e 10,0% discordam que o Sertanejo possa influenciá-los.

Gráfico 12. Sertanejo e influência na vestimenta dos participantes.

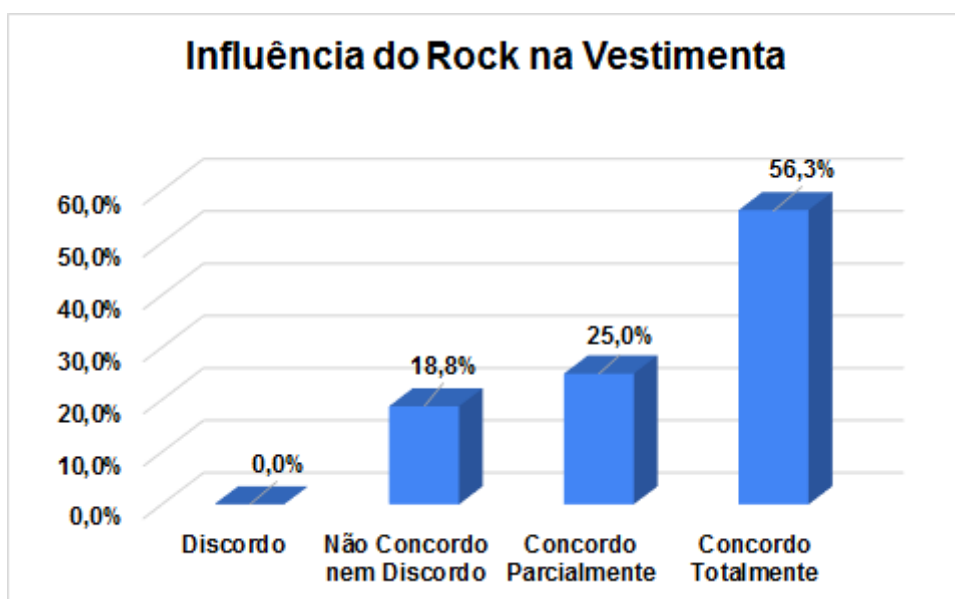


Fonte: Arquivo dos autores.

O Rock com 11,2% de favoritismo (Gráfico 4), apresenta 56,3% de alta concordância quando a afirmação, representando maioria, assim como o Pop (Gráfico 11).

Apenas 25,0% concordam parcialmente e 18,8% não concordam ou discordam, enquanto que nenhum participante afirmou discordar.

Gráfico 13. Rock e influência na vestimenta dos participantes.

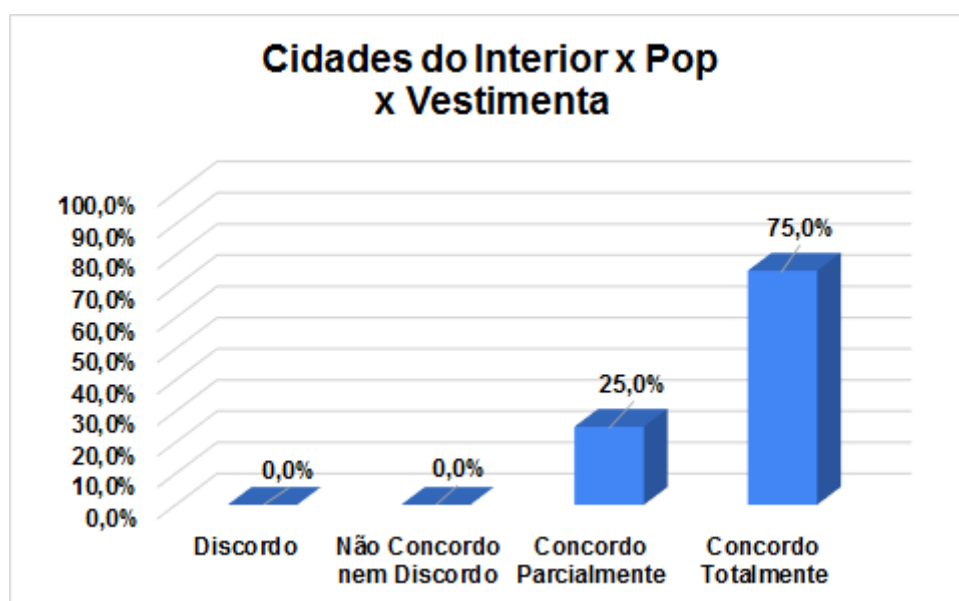


Fonte: Arquivo dos autores.

6.2.6 Cidades do Interior e os Gêneros Musicais Influenciando a Vestimenta

A seguir serão demonstrados os dados de análise relacionando o grupo de Cidades do Interior (Gráfico 3 e 6), com os gêneros mais escolhidos de acordo com o gráfico 4, e se ambos influenciam no momento de aquisição de uma peça.

Gráfico 14. Cidades do interior e o pop/kpop influenciando a vestimenta dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

O gráfico acima ilustra o mesmo que o gráfico 11, ou seja, a maioria dos cidadãos de cidades do interior concordam totalmente que o Pop/Kpop exerce influência em suas vestimentas.

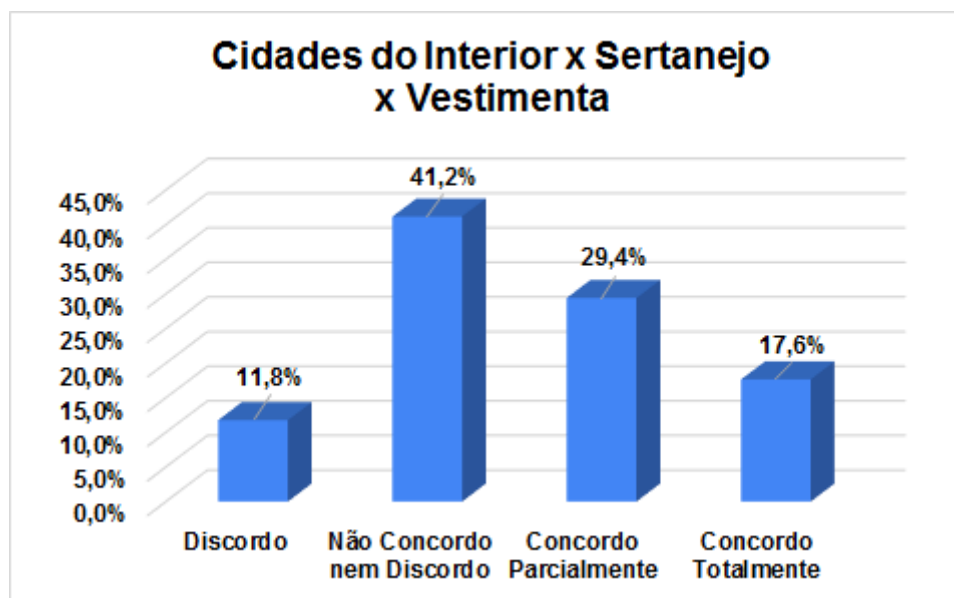
Assim, dos 44 participantes que correspondem a esse público, 75,0% (33 pessoas) concordam inteiramente com a afirmação e que apenas 25,0% concordam parcialmente, sem nenhuma afirmação discordando ou indiferente.

O gráfico abaixo é relação de cidadãos de cidades do interior, mas analisando se os mesmos sentem influência do sertanejo em sua vestimenta.

As quatro afirmações foram selecionadas pelos participantes, tendo os dados percentuais semelhantes ao gráfico 12, onde a maioria não concorda nem discorda.

17,6% concordam totalmente com a afirmação, 29,4% concordam parcialmente, a maioria como mencionado com 41,2% sem opinião formada e o restante (11,8%), discordando.

Gráfico 15. Cidades do interior e o sertanejo influenciando a vestimenta dos participantes.

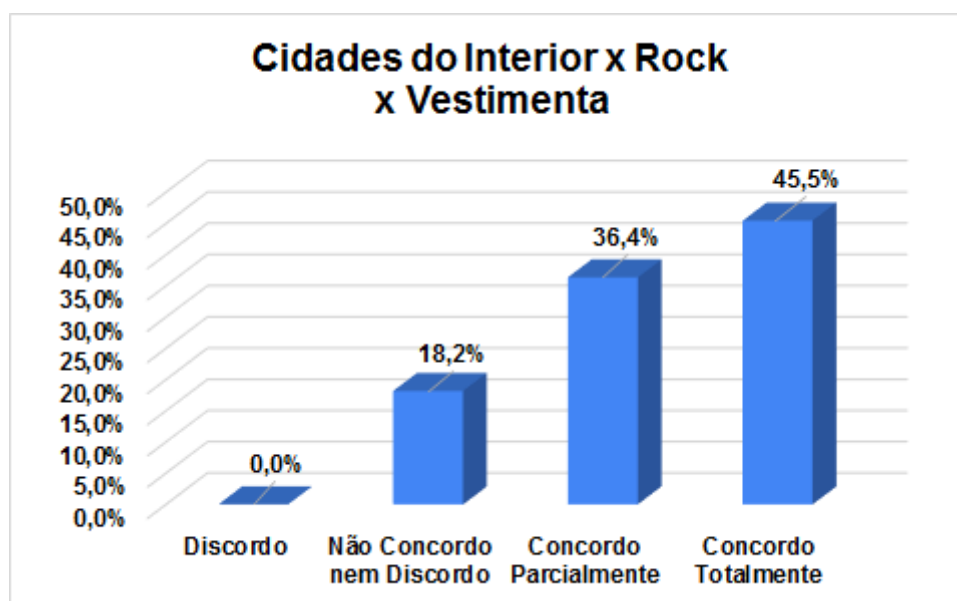


Fonte: Arquivo dos autores.

O Rock, assim como os outros gêneros acima, teve os dados semelhantes com o gráfico 13, onde a discordância não foi citada pelos participantes como escolha.

Rankeando, 18,2% não concordam nem discordam, 36,4% concordam parcialmente e a maioria, com 45,5% concordando totalmente.

Gráfico 16. Cidades do interior e o rock influenciando a vestimenta dos participantes.

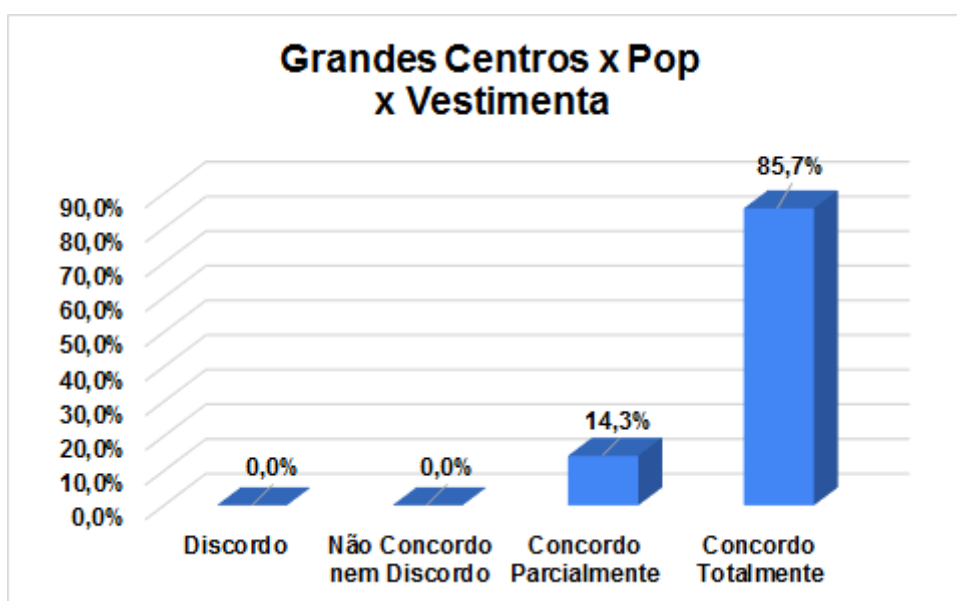


Fonte: Arquivo dos autores.

6.2.7 Grandes Centros e os Gêneros Musicais Influenciando a Vestimenta

Os dados dos gráficos a seguir (17,18 e 19) demonstram a análise da relação do grupo de Grandes Centros (Gráfico 3 e 6), com os gêneros mais escolhidos de acordo com o gráfico 4, e sua possível influência na vestimenta.

Gráfico 17. Grandes centros e o pop/kpop influenciando a vestimenta dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

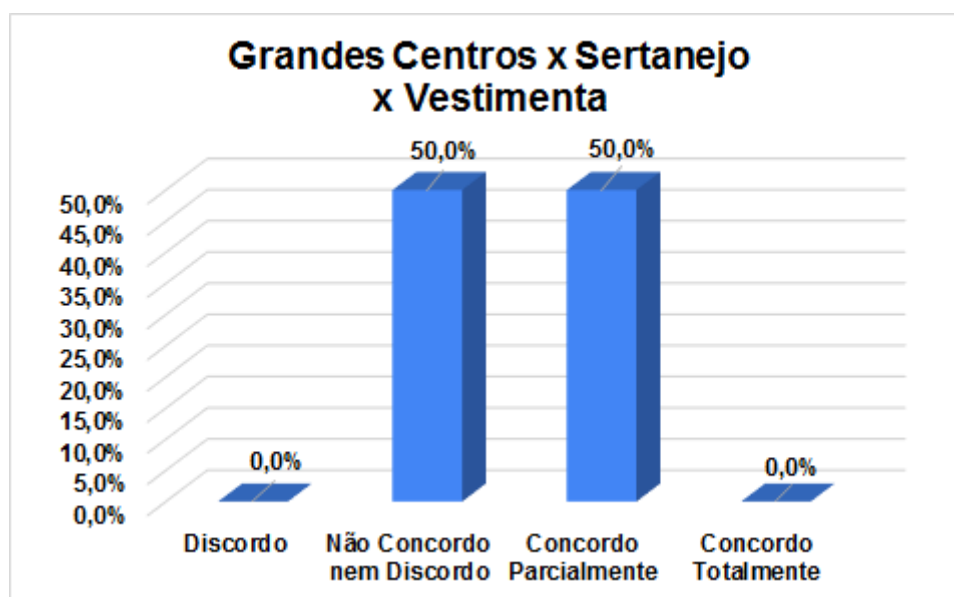
Assim como no gráfico 11, a maioria do público respondente concorda totalmente com a afirmação, onde sendo eles de grandes centros e tendo o Pop/Kpop como gênero favorito, influencia suas vestimentas.

Nenhum participante discordou ou não concordou nem discordou da afirmação, ou seja, teve concordância parcial e total, com porcentagens de 14,3% e 85,7%, respectivamente.

O gráfico 18, refere-se ao gênero sertanejo e sua relação com as grandes cidades e sua influência na vestimenta, que não apresenta semelhanças com o gráfico 12.

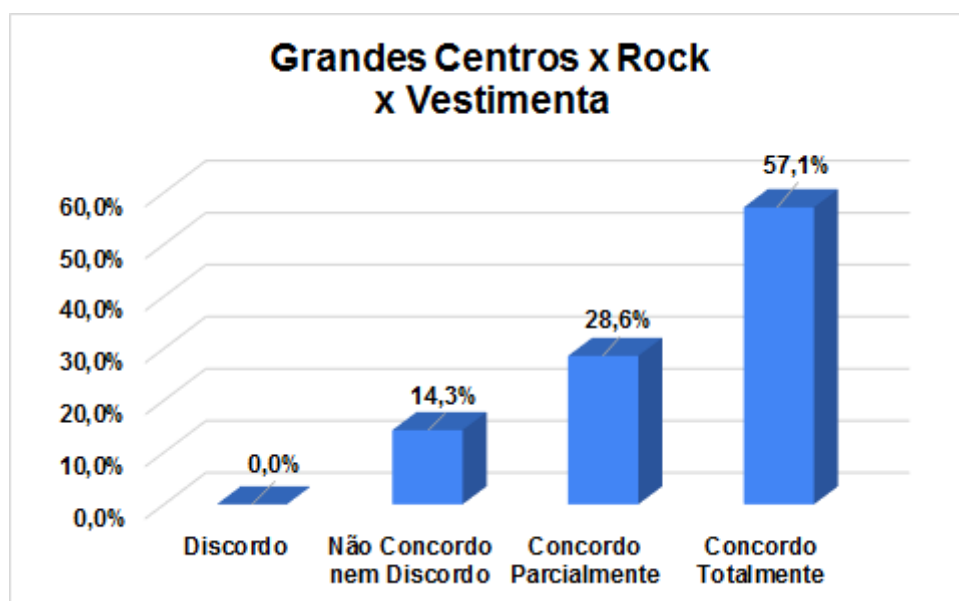
As respostas se divergiram apenas em não concordo nem discordo e concordo parcialmente, onde ambos apresentam 50,0% das afirmações.

Gráfico 18. Grandes centros e o sertanejo influenciando a vestimenta dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

Gráfico 19. Grandes centros e o rock influenciando a vestimenta dos participantes.



Fonte: Arquivo dos autores.

Quanto ao rock, as porcentagens são bem próximas das do gráfico 13, onde a maioria concorda totalmente que o rock e sua cidade influencia sua vestimenta.

De todas as respostas apuradas, nenhuma discorda da afirmação, mas 14,3% não concorda nem discorda, enquanto que 28,6% concorda parcialmente e 57,1% concorda totalmente.

7 DISCUSSÃO

Após uma análise sistemática, foi possível perceber que, embora os dados apontem a diversidades de idade, havia mais pessoas com idades entre 20 e 24 anos. E no geral mais respondentes do sexo feminino.

Da população analisada em questão, a maioria se concentra em cidades do interior, mas até mesmo os indivíduos dos grandes centros afirmam que a música e seus respectivos gêneros musicais favoritos, podem influenciá-los no momento de compra de uma peça.

Assim como no gráfico 4, o pop/kpop, o sertanejo e o rock foram os mais escolhidos pelos respondentes como gêneros favoritos, o que vai de encontro com o artigo de MONDELLI *et al* (2018), que aborda o que os países escutam, analisando os gêneros musicais no Mundo.

Dos gêneros citados, a faixa de idade que mais os favoritaram está entre 20 e 29 anos, e 79,6% deles concordam que os gêneros escolhidos interferem diretamente na sua escolha de vestimenta. E ainda que os outros gêneros não tiveram a mesma adesão de escolha, mais que a metade que optaram por eles, também concordam.

Como visto, mais mulheres responderam ao questionário e dentre todas, a maioria delas afirmaram concordar com a possível influência que uma música poderia provocar em suas vidas, mas mesmo da pequena parcela de pessoas do sexo masculino, apenas 11,9% discordam ou não conseguem definir com a afirmação.

Quando cruzado os dados sobre cidades e gêneros musicais e sua possível influência comportamental, foi notório que no interior os gêneros se apresentam como grandes agentes influenciadores, assim como afirma GONÇALVES *et al* (2013).

Nas grandes cidades o sertanejo se dividiu nas opiniões de concordo parcialmente e não concordo nem concordo, mas o pop/pop e o rock tiveram o concordo totalmente como mais selecionado, que segundo SOARES (2014), ele associa no caso do gênero pop a cidade com mais acesso a cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras), fluindo melhor no gênero, enquanto que o rock é mais comum nessas cidades ocorrem mais eventos onde os

indivíduos que interagem melhor com o gênero possam ligar seus “sentimentos e se conectar em uma atmosfera espaço-temporal” (MOURA, 2019).

É possível ver que todos os gêneros, mesmo que com popularidade diferente, abrangem públicos seletos, mas todos à sua maneira influenciam quem os ouve, mesmo que os mesmos habitem em diferentes lugares, apresentem diferentes sexos e idades.

A discussão sobre o pop e o kpop ser o gênero mais escolhido, deve-se ao fato de o próprio kpop ter uma alta ascensão em 2012 para a atualidade, onde o movimento originado da coreia teve cada vez mais busca e pesquisa pois era diferente e atrativo, que é o que OLIVEIRA (2021) discute em sua monografia.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível afirmar que a música além de fonte de entretenimento, tem potencial para expressão e representação, utilizadas pelas pessoas para narrar fatos, ideais e personalidades. Nessa linha de raciocínio, o seguinte trabalho pode comprovar que a música, independente do gênero musical, influencia comportamentos, e também mais especificamente a vestimenta. A influência exercida é caracterizada principalmente escolha de visual compatível com identidade musical e também pelo direcionamento de compras a itens relacionados direta ou indiretamente ao gênero musical de preferência.

Além de ter evidenciado as características da influência exercida pela música, o estudo também revelou que ambos os sexos tendem a comprar peças de acordo com seu gênero musical de escolha, e isso independe de idade e localidade que habitam.

O pop e o kpop, foram os gêneros musicais mais ouvidos de acordo com os dados obtidos, e também se apresentaram como o gênero mais influenciador quando se considera a quantidade de pessoas que o escolheram e a porcentagem de pessoas que afirmaram serem influenciados, independente também de idade ou localidade.

Nesse sentido, a hipótese inicial de que os gêneros musicais podem exercer influência no momento de compra de uma peça de vestuário se tornou comprovada e a pergunta título respondida, uma vez que o pop se consagrou como gênero musical mais ouvido e, por consequência, mais influenciador.

REFERÊNCIAS

AUSLANDER, P. Vivacidade: Desempenho em uma cultura midiaticizada. (2ª ed). Londres: Routledge, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.4324/9780203938133>. Acesso em: 04 Abr. 2021.

BAIA, S. F. A historiografia da música popular no Brasil (1971-1999). 2010. Tese (Doutorado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde14022011115953/publico/2010_SilvanoFernadesBaia.pdf. Acesso em: Acesso em 27 Ago 2020.

BENNETT, A. Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place. Londres: Macmillan, 2000.

BLACKING, J. Quão musical é o homem? Faber & Faber; Nova edição. 1976.

BOUCHER, F. História do Vestuário no Ocidente, Cozac & Naify: São Paulo, 2010.

BRAGA, J. Reflexões sobre moda, volume IV. In: BRAGA, João; NUNES, Mônica (Org.). São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

BRAUNSTEIN, P. Abordagens da intimidade nos séculos XIV e XV. In ARIÉS, P. e DUBY, G. História da Vida Privada 2: da Europa Feudal à Renascença. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BUDASZ, R. Pesquisa em Música no Brasil: métodos, domínios, perspectivas. Goiânia: ANPPOM. 2009. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/269/o/Pesquisa_e_Mu%CC%81sica.pdf. Acesso em: 04 Abr. 2021.

CALDAS, D. Observatório de Sinais. São Paulo: Senac, 2005.

CASTRO, F, F. Temporalidade e quotidianidade do pop. Cultura Pop. Salvador, Edufba, p. 45-56, 2015.

CATOIRA, L. Jeans, a roupa que transcende a moda. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2006.

FERREIRA, A. B. H. Minidicionário da língua portuguesa. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FRITH, S. Ritos performáticos: sobre o valor da música popular. Cambridge: Editora Harvard Universidade, 1996.

GOMES, I. O Embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In: CASTRO, M. L. D.; DUARTE, E. B. Em torno das mídias: práticas e ambiências. Porto Alegre: Sulina, 2008.

GONÇALVES A. S., BATISTAG. H., ROCHA, L. M., MARTINS, A. C. F. A Marca no Universo da Música Sertaneja. 2013. Artigo (Graduação em Comunicação Social) - Publicidade e Propaganda. Universidade Católica Dom Bosco. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2014/resumos/R41-0073-1.pdf>. Acesso em: Acesso em 27 Ago 2021.

LIPOVETSKY, G. O Império do Efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo. Cia de Bolso. Companhia das Letras, 2009.

LOPES, D. Da música pop à música como paisagem. Revista ECO-Pós, v. 6, n.2, 2003.

LOURDES, S. M. Da música, seus usos e recursos. 2 ed. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

MONDELLI, M. L. B., GADELHA JR., L. M. R., ZIVIANI, A. O Que os Países Escutam: Analisando a Rede de Gêneros Musicais ao Redor do Mundo. In: Brazilian Workshop on Social Network Analysis and Mining. 2018, Natal. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5753/brasnam.2018.3586>. Acesso em: 04 Set. 2021.

MOURA, M. R. P. Os Festivais de Rock Independente no Interior de Goiás: Territorialidades da Música Alternativa. 2019. Tese (Pós-graduação em Geografia) - Geografia. Universidade de Brasília. Disponível em:

<http://www.anpege.ggf.br/enanpege.php>. Acesso em: Acesso em 27 Ago. 2021.

MUSZKAT, M., CORREIA, C. M. F., CAMPOS, S. M. Música e neurociências. Revista Neurociências, v. 8, n. 2, p. 70-75, 2000.

NAPOLITANO, M. História e música. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

NERY, M. L. A Evolução da indumentária-subsídeos para criação de figurinos, SENAC, 2009.

NOROGRANDO, R., BENETTI, A. Moda, Música & Sentimento. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

OLIVEIRA, L. H. M. Um olhar sobre o fenômeno do K-POP no evento HQPB em João Pessoa/PB. 2021. Monografia (Graduação do departamento de Educação Física) - Licenciatura em Educação Física. Universidade Federal da Paraíba. Disponível em:

<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/20709/1/LHMO16072021.pdf>. Acesso em: Acesso em 27 Ago. 2021.

PEREIRA, C. M. O vestuário e a moda: e suas principais correntes teóricas. ModaPalavra e-periódico, v. 8, n. 15, 2015.

PEREIRA, L. T. Música e Moda: Reflexos do Espírito do Tempo. 2018. Disponível em:

<https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/2465/1/2018LarisaTrintinPerreira.pdf>. Acesso em 27 Ago. 2021.

PINTO, T. O. Som e música. Questões de uma antropologia sonora. Revista de Antropologia, v. 44, n. 1, 2001.

REGEV, M. Pop-Rock Música: Cosmopolitismo estético na modernidade tardia. Cambridge: Polity, 2013.

RIELLO, G. História da Moda: da Idade Média aos nossos dias. Lisboa: Texto & Grafia, 2012.

SANTANA, D. M. S. As cartas da Rolling Stone Brasil: uma análise sobre os comentários dos leitores acerca da cobertura musical e cultural da revista. 2020. Tese (Mestrado em Cultura e Sociedade) - Instituto de Humanidades, Artes e Ciências. Universidade Federal Da Bahia. Salvador. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/31690/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o_Mestrado_Daniel%20Mendes%20%28125%20f.%29.pdf. Acesso em: 04 Set. 2021.

SÁ, S. P., CARREIRO, R. F. R. Cultura pop. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. Disponível em: file:///C:/Users/Micael/Desktop/Mica/FATEC/W_TCC/TCC_Final.pdf. Acesso em: 04 Set. 2021.

SHUKER, R. Entendendo música popular. New York: Routledge, 1994.

SOARES, T. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. Logos, v. 2, n. 24, 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/14155/10727>. Acesso em: 04 Set. 2021.

APÊNDICE

A Influencia da Música na Vestimenta

*Obrigatório

1. Idade *

2. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
 Feminino

3. Em que cidade você mora? *

4. Qual o seu gênero musical favorito? *

Marcar apenas uma oval.

- Axé
 Clássica / Erudita
 Eletrônica
 Funk
 Indie
 Pagode
 Pop
 Samba
 Sertanejo
 Rock
 Outro: _____

5. Seu gênero musical influencia o modo como você se veste *

Marcar apenas uma oval.

- Concordo totalmente
 Concordo parcialmente
 Não concordo nem discordo
 Discordo