

# **MÚSICA E MODA: Correlação com a Adolescência**

*Laís de Faria Ewald*

Este artigo investiga a relação entre música e moda, e se há influência nas formações grupais dos adolescentes. Pretende-se compreender porque, principalmente na adolescência, essa relação é tão forte e quais as motivações que o adolescente tem ao ouvir determinado gênero musical e querer vestir-se conforme os ícones musicais que o representam. Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa qualitativa, em que foi aplicado um questionário com alunos de um 8º ano, e foram realizadas observações com esse mesmo grupo a fim de perceber o relacionamento da turma com música e moda. Contatou-se que a relação entre as duas áreas se constrói tendo como base a afetividade humana, principalmente durante a fase da adolescência. É nesse sentido que música e moda se relacionam, pois como a música desperta no indivíduo sua afetividade, ele deseja explicitá-la de alguma forma e encontra na moda um jeito de demonstrar sua individualidade e gosto musical.

**Palavras-Chave:** Arte-Ensino, Corpo, Dança.

## INTRODUÇÃO

Música e moda estão muito presentes na adolescência, exercendo papel fundamental nas formações grupais e na forma de agir e reagir perante a sociedade. Em geral, as pessoas passam por essa fase e, de uma forma ou outra, se identificam com determinado gênero musical, principalmente aqueles que estão em voga na mídia, seja porque gostam do estilo ou, simplesmente, para não ser excluído do grupo por estar “fora” de moda.

Em minha experiência como professora de música pude notar que a partir do 5º ano, em que as crianças estão com idades entre 10 e 11 anos de idade, começa a divisão entre a turma em grupos por afinidade com determinados gêneros musicais. Observei que a forma como falam, vestem e usam acessórios começa a se tornar parte importante do convívio social. É possível notar que ao crescerem, essa forma de comunicação visual e preferência musical tornam-se cada vez mais relevantes nas formações grupais, e que os acessórios e vestimentas que tenham relação com o gênero musical apreciado são cada vez mais utilizadas. Constatando esse fato, me senti motivada a investigar o porquê dessa relação entre música e moda ser tão relevante na adolescência e nas formações grupais.

Refletindo sobre a relação entre música e moda pretendo compreender porque, principalmente na adolescência, essa conexão é tão forte: quais as motivações que o adolescente tem ao ouvir determinado gênero

musical e querer vestir-se conforme os ícones musicais que o representam; o que torna este fato tão forte na adolescência; por que há no jovem a tendência ou não de sentir-se pertencente a um grupo durante esta fase; ou ainda, será que a música age como fator determinante para essas formações grupais.

O presente artigo justifica-se pela relevância cultural da relação dessas duas linguagens e por estas serem tão pouco exploradas diante de sua popularidade. A relação da moda e da música se mostra importante para os tempos atuais, pois faz parte do cotidiano da maioria dos adolescentes demonstrando-se influente no desenvolvimento da identidade e visão de mundo.

Paradoxalmente, existe a necessidade de sentirem-se singulares, mas também de sentirem-se pertencentes a um grupo. A identidade com o grupo ocorre por meio das afinidades que se estabelecem no vocabulário que usam, na maneira de vestir e os estilos musicais que ouvem.

É assim que podemos compreender e analisar esse fenômeno espantoso que é a moda, que nasce da necessidade de se singularizar, mas que não pode existir a não ser secretando a imitação mais banal. A moda, no trajar, na ideologia ou no linguajar (MAFFESOLI, 1998, Prefácio).

Compreender o jovem com o qual se trabalha diariamente nas escolas é um caminho para conseguir resultados mais satisfatórios no processo de ensino-aprendizagem do indivíduo, em que o professor se desvincula daquele papel austero diante do aluno e assume uma postura mais humana e próxima dos discentes com os quais quer aprender e compartilhar seu conhecimento.

## RELAÇÃO ENTRE MÚSICA E MODA ATRAVÉS DO TEMPO

Foi no século XX que se percebeu a relação de cumplicidade entre moda e música, pois foi nesse período que novos ideais sociais tiveram espaço e que a relação entre essas duas formas de expressão se constatou. Segundo a autora Freire (2011) houve diversas manifestações sociais que foram criadas a partir dessas duas manifestações artísticas, e foi a partir delas que se percebeu a forte ligação que as duas tinham, não somente como parte integrante do desenvolvimento social, mas como parte importante da construção de identidade dentro da sociedade, na construção de grupos sociais.

Quando o indivíduo sente afinidade com determinado estilo de música, quer comunicar ao mundo o que sente através dele, seja através de seus atos, de seu linguajar ou de sua roupa. Svedsen (2010) aponta para a necessidade de expressar quem somos através de nossa aparência exterior e que de

certa forma a moda afeta o nosso relacionamento com as outras pessoas e nós mesmos. Em seu livro - *Moda: Uma Filosofia* – o autor lança um olhar crítico e abrangente sobre a moda, fazendo um apanhado histórico sobre o tema e analisando a relação dela com o corpo, a arte, a linguagem e o consumo.

Freire (2011) diz que foi no século XX que novas mídias e tecnologias de gravação foram desenvolvidas, que a música podia ser carregada para todos os lugares com as novas mídias portáteis e estava ao alcance de todos, o rádio foi popularizado e a moda tornou-se uma forma importante de comunicação e expressão de valores. Segundo a autora, como fator influenciador na relação entre música e moda há o surgimento do Jazz, que acontece no início do século XX e que musicalmente influenciou na transformação de um novo estilo de vida mais intenso, com um ritmo furioso e que marcava as mudanças aceleradas que o período estava trazendo para todos. Nesse século acreditava-se que a relação entre música e moda se tornou mais forte com a figura das melindrosas, mulheres que frequentavam salões de dança e traduziam na sua forma de vestir o seu comportamento, o espírito do jazz, sendo as mulheres mais modernas da época. A forma de se vestir é utilizada como forma de comunicação não verbal, demonstrando exteriormente preferências e gostos do indivíduo. Como afirma Svedsen (2010, p. 78): “se todo o seu contexto for removido, o significado de uma peça de roupa também é removido”.

Tenta-se compreender o fenômeno moda como parte do espírito de uma época, como o linguajar usado, a vestimenta utilizada, a música ouvida e a forma de agir e pensar daquele tempo. De acordo com Freire:

A escolha de determinada moda ou música funciona como veículo de comunicação do eu, ambas possuem caracterizações específicas que definem o indivíduo de acordo com seus gostos, aquisições e preferências. Assim, moda e música possuem uma linguagem própria, são dois ricos meios de expressão da atualidade, e estão em constante mutação ao longo de suas evoluções enquanto manifestações históricas. Agem criando desejos, aspirações e ídolos a serem cultuados e alcançados (FREIRE, 2001, p. 5).

De acordo com Freire (2011), música e moda não são apenas produtos, são expressões artísticas que representam conceitos e que auxiliam o ser humano a criar seu próprio conceito historicamente. Através dos ícones da música, a moda é difundida e cria-se um novo estilo. Já a moda apropria-se da música criando simbologias para representar estilos musicais. Como ressalta a autora Castro (1998, p. 120): “é a partir disso que há a sensação

de prazer, de pertencimento e identificação com determinado grupo, de identidade e coletividade através do corpo”. Segundo Svedsen (2010), certas roupas comunicam algo sobre quem as usa, percebemos este fenômeno em todas as sociedades, e isso pressupõe algo a respeito de quem as utiliza, embora isso esteja em constante mudança. A música acaba se tornando a voz da moda, e a moda, a representação visual da música. O homem precisa mudar constantemente sua forma de se apresentar e de se representar dentro da sociedade, o que torna a moda e a música sua voz para esta representação. Lipovetsky diz:

Antes de ser signo da desrazão vaidosa, a moda testemunha o poder dos homens para mudar e inventar sua maneira de aparecer; é uma das faces do artificialismo moderno, do empreendimento dos homens para se tornarem senhores de sua condição de existência (LIPOVETSKY, 2013, p. 36).

Segundo Castro (1998), o que se veste e a aparência que se tem compõem o que as pessoas veem em seu exterior. Isso funciona como uma forma de pertencimento ou exclusão de determinado grupo, sendo assim, vestir-se de certa forma faz com que o indivíduo possa pertencer a determinado grupo ou ser excluído do mesmo. A autora dialoga em seu trabalho “Estetização do corpo: identificação e pertencimento na contemporaneidade” sobre a importância que o jovem atribui a sua aparência exterior e a cultura de consumo que o estimula a posse de determinados produtos para ter o sentimento de pertencimento social.

De acordo com Freire (2011), no mundo atual, depara-se com padrões culturais inalcançáveis, que são ditados pelo interesse do mercado e que guiam a forma de se comportar e como se deve aparentar, fazendo com que todas as escolhas realizadas pelo indivíduo sejam determinadas pela mídia. As propagandas, sejam elas em revistas de moda ou feitas por cliques musicais, tem influência direta nas tendências de comportamento, pois é nos meios de comunicação que o desejo de pertencimento é explorado e estimulado. É possível perceber, de acordo com Freire (2001, p. 9):

Que atualmente, vivemos em um mundo repleto de símbolos, gêneros e códigos. Tanto a moda quanto a música se apropriam desses elementos a fim de contar uma narrativa, expressar uma ideia ou comportamento social. Fica até difícil definir os limites dos movimentos da juventude, que expressam através da moda e da música o que pensam de si, o que sentem do mundo.

O jovem tem necessidade de pertencimento, quer fazer parte de uma tribo, quer ser aceito, conforme ressalta Castro (1988), e é aí que uma nova forma de cidadania assenta-se sobre o consumismo contemporâneo, que dispõe da liberdade através de desejos e atos ditados pela mídia. Segundo o autor Ribeiro e a autora Fuzeto (2010), cada tribo tem uma imagem social diferente, que é ditada pelo compartilhamento de códigos (gírias, músicas, comportamentos), na forma de se vestir e expressar e em seu comportamento político, na ocupação e circulação dos espaços urbanos e em suas formas de lazer. Na perspectiva de Castro:

Aquele que usa uma roupa está implicado com ela, a roupa e modo de viver estão mais do que associados, estão integrados. A marca do que se veste e como veste, pode se apresentar como sinal de “como a pessoa é”, à qual categoria social ou grupo ela pertence (CASTRO, 1998, p. 111).

Existe o conceito atual de “tribos urbanas”, termo cunhado por Michel Maffesoli (1998), que o define como sendo agrupamentos semiestruturados, constituídos predominantemente de pessoas que se aproximam pela identificação comum a rituais e elementos da cultura que expressam valores e estilos de vida, moda, música e lazer típicos de um espaço-tempo.

As tribos urbanas, também chamadas de subculturas ou subsociedades são constituídas de microgrupos que tem como objetivo estabelecer relações de amizade com interesses em comum. Esses grupos apresentam afinidades na forma de pensar, agir e vestir. Segundo Maffesoli, o fenômeno das tribos urbanas se constitui “nas diversas redes, grupos de afinidades e de interesse, laços de vizinhança que estruturam nossas megalópoles” (1998, p. 70), pois como o autor salienta, “Enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa (persona) só existe na relação com o outro” (p. 15).

Maffesoli é um dos autores que mais se destaca pela importância dada em sua análise da sociedade contemporânea ao estudo das tribos, utilizando o termo primeiramente em artigos e posteriormente em sua obra “O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa” para designar novas formas de organização dos indivíduos.

Não há como desassociar o conceito de tribos urbanas da relação entre música e moda, em que os adolescentes agrupam-se conforme suas afinidades e estão atrelados fortemente ao movimento consumista que atinge diretamente o jovem contemporâneo, pois segundo Zygmunt Bauman (2013) ele dialoga sobre o jovem não estar mais incluso no discurso de pro-

messa de futuro, pois evoca memórias reprimidas dos adultos no que tange a responsabilidade sobre seu desenvolvimento. O que lhes garante certa atenção dos adultos é sua real contribuição à demanda de consumo, sem o qual o desenvolvimento econômico seria quase impossível. Atualmente, pensa-se sobre juventude e se vê nela um novo mercado a ser compreendido e explorado.

Além de toda essa formulação de paradigmas acerca do consumo de moda e música, acredita-se ser também função da música a de criar e despertar a afetividade, que alterando a forma como o indivíduo significa o mundo ao seu redor, segundo a autora Maheirie (2003, p. 148) “significa o mundo que está a sua volta, por meio de consciências afetivas”.

Em seu artigo, a autora busca refletir sobre a criação musical a partir das teorias de Sartre e Vygotsky, procurando destacar e unificar as teorias no que se refere à concepção do sujeito. Compreendendo o jovem como constituinte e constituído do contexto no qual está inserido, música é uma forma de comunicação, de linguagem, pois possibilita aos sujeitos a construção de múltiplos sentidos, coletivos e singulares (MAHEIRIE, 2003).

## METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa qualitativa, utilizando a observação e questionários como instrumento de coleta de dados, a fim de investigar a relação entre música e moda em jovens adolescentes, levando em consideração não somente a vestimenta, mas o comportamento atribuído à manifestação social do gênero musical. Os sujeitos de pesquisa foram alunos de uma turma de 8º ano da Escola Básica Municipal Professora Maria da Graça dos Santos Salai, pertencente à rede municipal de educação de Indaial, que não tem aula de música em sua grade curricular.

O questionário foi realizado no dia 10 de dezembro de 2015 com 24 alunos entre 13 e 16 anos de idade na sala de aula. Os questionários impressos foram distribuídos e respondidos individualmente por cada um deles durante uma aula cedida pela professora de artes visuais. As questões eram fechadas e abertas, abrangendo temas como gênero musical, mídias, moda e sentimentos ao gênero musical apreciado. Segundo Gil, entende-se que questionário seja:

A técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc (GIL, 2008, p. 121).

Pensando na técnica de funil de Gil (2008), as primeiras questões realizadas foram de múltipla escolha e mais abrangentes para conhecer qual gênero musical era o predominante entre o grupo pesquisado. As últimas já eram mais específicas e abertas, deixando espaço para o indivíduo descrever e comentar sobre a relação entre música e moda e se há influência dessas em seu comportamento.

A observação participante, outro instrumento de coleta de dados utilizado neste trabalho, segundo Gil (2008), consiste na participação real de uma sociedade, grupo ou de determinada situação, assumindo até certo ponto, o papel de um membro do grupo. A observação é fundamental, desempenhando papel imprescindível no processo de pesquisa. Optei pela observação natural, que é quando o observador pertence à comunidade ou grupo investigado, pelo fato de eu ser professora na escola investigada, mas não da turma com a qual realizei a pesquisa.

A observação foi realizada na aula da professora de artes visuais durante o período de duas semanas, antes da realização dos questionários. A professora realizou um desfile com os alunos sobre o projeto de museu que estava fazendo com eles. A ideia do trabalho era a criação de uma caracterização para o mediador, que tivesse a identidade da turma. O papel do mediador é conversar com o visitante da exposição, fazendo com que o mesmo reflita sobre o projeto artístico.

Percebi nos modelos de roupa que os adolescentes criaram muito de sua identidade em cada adereço, pois segundo Svedsen (2010) “certas roupas comunicam alguma coisa sobre quem as usa, e isso pressupõe alguma ideia compartilhada do que devem significar” (p. 80). Durante o desfile, em que os alunos modificaram a sala para realizá-lo, cada grupo tinha sua caracterização, que podia ser uma roupa ou adereço criado por eles, e a cada apresentação havia uma música designada para o desfile da equipe, na qual eles relacionaram o tipo de música com o modelo visual criado.

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

**N**a pesquisa realizada, procurou-se investigar se havia de fato relação entre a música que os adolescentes gostavam com a forma com a qual eles se vestiam e agiam. Participaram da pesquisa 24 alunos de uma turma de 8º ano (15 do sexo feminino e 9 do sexo masculino), com idades entre 13 e 16 anos.

Referente ao gênero musical que o indivíduo gostava, houve grande disparidade nas opções, sendo que a que mais se destacou foi a música eletrônica, representando 42% da preferência da turma, seguido do rap e sertanejo com 19% conforme tabela.

TABELA 1 – PREFERÊNCIA DE GÊNERO MUSICAL

Gênero Musical	Quantidade	Percentual
Eletrônica	15	42%
Rap/Sertanejo	7	19%
Rock/Pop Rock	6	17%
Funk Carioca/Reggae/Sertanejo	4	11%
Hip-Hop	3	8%
Remix/Internacional/ Punk/Metal/Erudita/ Gospel/MPB	1	3%

Fonte: Produção da autora

Quanto ao gênero musical apreciado pelos adolescentes, a grande maioria, ou seja, 33% conheceu o estilo por meio de amigos e 30% por meio da internet. Essa aproximação dos valores, conforme a tabela 2 demonstra a grande influência musical que o adolescente recebe dos amigos que os cercam, ou seja, sua tribo. De acordo com Maffesoli (1998), quando os adolescentes buscam uma maior independência dos pais, os grupos surgem como fonte relevante de identificação e referência comportamental. Os dados demonstram que o grupo ao qual jovens pertencem influencia em seu gosto musical, paralelamente a internet, que atualmente é muito relevante na forma como os jovens se comunicam e não se pode desassociar o contato que o adolescente tem com essa nova mídia. Segundo as autoras Souza e Torres (2009), a internet ocupa um lugar importante na vida dos jovens, pois é através das novas mídias portáteis que o jovem tem acesso a novos estilos musicais, podendo procurar de diversas formas o gênero que o

agrada e encontrando novos estilos para fruição. Segundo Queiroz (2011), é muito importante compreender a relação da música com o atual panorama tecnológico e midiático, pois só assim é possível compreender música como elemento da cultura contemporânea.

TABELA 2 – FORMAS DE CONTATO COM O GÊNERO MUSICAL

<b>Formas de contato com o gênero</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
Por meio de amigos	14	33%
Pela internet	13	30%
Televisão ou rádio	7	16%
Em festas	6	14%
Irmãos	2	5%
Por conta própria/Família/Aprendi na escola/Por cantar na igreja	1	2%

Fonte: Produção da autora

Questionando a afinidade que o jovem tem com o gênero musical, a maioria escolheu as opções relativas à identificação com a letra e pela música ser alegre. Um dos indivíduos, inclusive, citou que para ela música é como se fosse um desabafo. Isso demonstra a relação que o ser humano faz com a afetividade na música, que é diretamente relacionada às emoções e sentimentos. De acordo com Maheirie (2003, p. 148), “a música, de forma geral, nos aborda num primeiro momento de maneira espontânea, e, neste estado específico, ela nos atinge no âmbito da afetividade, predominando esta esfera do humano no ouvir e, até mesmo, no fazer musical”.

De acordo com os dados da tabela 3, percebe-se que a identificação com o estilo musical está ligado a questão emotiva da música, em que os jovens se identificam com ela pela letra e por transmitir algum tipo de sentimento, no caso da questão, alegria.

TABELA 3 – IDENTIFICAÇÃO COM O GÊNERO MUSICAL

<b>Identificação com o gênero</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
Identificação com a letra	15	47%
Porque é alegre	11	35%
Meus amigos ouvem	2	6%
Todo mundo ouve	2	6%
Toca na televisão ou rádio	1	3%
Porque eu gosto	1	3%

Fonte: Produção da autora

Dentre os meios mais utilizados pelos adolescentes para terem acesso à música, a grande maioria o faz através do celular (ver tabela 4), fenômeno atual que é visível entre os jovens que utilizam seus smartphones conectados à internet como ligação direta com seus grupos sociais e música. Segundo o Queiroz:

Dessa forma, tecnologia e mídia, no mundo pós-moderno, representam eixos fundamentais para o universo da música, sendo elementos fundamentais para uma compreensão contextualizada do fenômeno musical no âmbito da sociedade contemporânea (QUEIROZ, 2011, p. 147).

Em contrapartida, o rádio representa 8% das escolhas e a televisão 4%, o que demonstra que esses meios de comunicação estão sendo cada vez menos utilizados pelos adolescentes. No artigo “Maneiras de ouvir música: uma questão para a educação musical com jovens”, as autoras Souza e Torres (2009) dialogam sobre o rádio funcionar como uma forma de transmissão das paradas de sucesso, em que os jovens o utilizam para conhecer as principais tendências musicais, e que a televisão é utilizada principalmente nos momentos familiares, em que os indivíduos têm contato com música por meio de shows de cantores, videoclipes ou trilhas sonoras de filmes. O contato dos jovens com Cds e Dvds, que na pesquisa representou 15% das escolhas, demonstra, apesar da grande utilização dos smartphones, essa forma de reprodução ainda é utilizada.

TABELA 4 – MEIOS PARA OUVIR MÚSICA

Meio para ouvir música	Quantidade	Percentual
Celular	21	44%
Computador/Internet	14	29%
CD/DVD	7	15%
Rádio	4	8%
Televisão	2	4%

Fonte: Produção da autora

Quando os jovens foram questionados sobre o gênero musical com o qual eles têm afinidade influencia em sua forma de se vestir, 16 indivíduos disseram que sim e 9 que não. Há certa contradição entre essa questão e a que se segue no questionário, em que todos responderam que mudam algo neles para demonstrar que gostam do estilo escolhido, sendo que na questão anterior a maioria disse que não era influenciada pelo gênero ao se

vestir. Parece que, inconscientemente, esses indivíduos não percebem que o gênero musical os influencia, pois segundo o Lyra (2007, p. 62), “um estado mental inconsciente está sempre implicado numa relação de causalidade com outros estados mentais latentes, podendo eventualmente produzir estados mentais conscientes”, ou seja, ainda que momentaneamente eles não tenham tido consciência desse fato, isso pode mudar conforme eles se autoconheçam.

TABELA 5 – MUDANÇAS EM SI

Mudanças em si	Quantidade	Percentual
Roupa	10	28%
Gírias/linguagem	9	25%
Cabelo	6	16%
Calçado	5	14%
Atitudes	3	8%
Maquiagem	3	8%

Fonte: Produção da autora

Como pode-se ver na tabela 5, o que os jovens pesquisados mudam neles para demonstrar que gostam do gênero musical é principalmente a vestimenta e a linguagem, que aparecem empatados com 27%. Segundo Maheirie:

Quando se está “tomado” pela emoção de uma música, os objetos à nossa volta ganham sentido e, o que parecia ser indiferente, passa a ser vivido como “necessário”. Isto é, os objetos, entendidos enquanto “materialidade”, realidade física, passam a ficar repletos de sentido e marcados pela subjetividade humana. Neste instante, tudo ao redor parece dançar ao mesmo compasso da música, e esta organização sonora passa a dar musicalidade ao mundo como um todo (MAHEIRIE, 2003, p. 148).

Vários indivíduos ao responder o porquê gostam do gênero musical e o que os faz sentir, fizeram relação com as letras das músicas e a identificação que sentem com as mesmas. De acordo com Maheirie (2003), a afetividade permeia o sentido da música, em que primeiramente percebe-se sua sonoridade e depois relacionamos com algo dentro de nós que tenha conexão com os sons percebidos, para que aí possamos construir um sentido para aquela música. Logo após, se estabelece um significado singular para música, que possa ou não ter algo em comum com o significado coletivo da mesma. Para o jovem, a música pela qual sente empatia tem ligação com sua

consciência afetiva, o que traz significação para o gênero musical ou música preferida, tal como alegria ou identificação com a letra.

Alguns jovens fizeram referência à música servir como refúgio para se sentirem mais vivos ou que as músicas falam o que estão sentindo e com isso se sentem compreendidos. Em geral, as pessoas sentem empatia por aquilo com que se identificam, nesse caso, os jovens fizeram ligação com o que as músicas os fazem sentir e com o que as letras os diz, como por exemplo, uma menina de 14 anos, respondeu o seguinte:

Pelo fato de eu estar em uma fase horrível [risos] depressões e timidez em festas e em conhecer pessoas novas, eu ouço rock porque fala sobre não ligar para as pessoas ou ódio de todos e do mundo. Quando eu escuto música ela me alivia, faz as mágoas, timidez e tudo de ruim ir embora (apenas quando a música está tocando). A eletrônica me faz sentir livre, pois em casa é cheio de regras (prisão) (Maria, 10/12/2015).

Observando o depoimento dessa menina, nota-se que música tem relação direta com seu lado emocional, pois segundo Maheirie:

Ao escutarmos uma música podemos, por meio dela, tornar mais complexos os nossos saberes, definir melhor nossos pensamentos, dar maior precisão às nossas posições, trazer para o presente um objeto que está ausente, e, até mesmo criar objetos imaginários. Para o ouvinte, uma música pode despertar novas reflexões, com ou sem a mediação de imagens, já que estas, como parte da realidade humana, não são a antítese da reflexão, mas tão-somente antítese dialética do real. De qualquer forma, é preciso deixar a música agir sobre nós para que qualquer um destes aspectos possa se realizar, seja a partir do som e das letras, seja do movimento da dança e/ou do cenário onde os shows musicais acontecem (MAHEIRIE, 2003, p. 150).

A música age diretamente na afetividade e, conforme Alencar (2009), tem maior influência sobre adolescentes por eles estarem na fase de desenvolvimento emocional, em que há transformações cerebrais que culminam, por exemplo, em suas atitudes de impulsividade e percepção do mundo. Lembrando que o meio social em que esse jovem está inserido é muito importante para determinar como será essa mudança.

## CONCLUSÃO

**T**omando como base a análise e discussão apresentada ao longo do texto, esse traz compreensão acerca da relação entre música e moda, que se constrói tendo como base a afetividade humana, principalmente no que diz respeito à fase da adolescência.

É nesse sentido que música e moda se relacionam, pois como a música desperta no indivíduo sua afetividade, ele deseja explicitá-la de alguma forma, e encontra na moda um jeito de demonstrar sua individualidade e gosto musical. Ainda que isso seja um paradoxo no que tange a questão de se tornar singular, pois ficando parecido com seu ídolo e grupo que gosta daquele estilo de música, ou seja, ele demonstra sua individualidade pertencendo a uma tribo que utiliza a mesma identificação que ele.

Foi possível perceber que a mídia e a afetividade tem ligação com a correlação entre música e moda, em que os alunos significam objetos e o mundo ao seu redor, a partir da significação afetiva que traz dentro de si. O que se mostrou relevante na identificação do jovem com o gênero musical foi a letra da música, com a qual eles se sentem compreendidos e incentivados a criarem seu próprio estilo visual.

Antes de se pensar somente em um gênero musical, como se esse tivesse vida própria, é necessário lembrar de que por trás de uma música há um compositor, ou seja, outro ser humano que tem a capacidade artística de compor a música. O adolescente se identifica com essa forma de arte, com esse ser humano, sentindo-se parte dela e até se transformando por influência da mesma. Isso traz a realidade social de cada indivíduo, que está inserido em um contexto singular, convivendo com determinada tribo e se modificando através desse convívio. Esse jovem traz em sua afetividade a significação de objetos que o tornem único, apesar do paradoxo dessa singularidade, o tornar parte de uma tribo que compartilhe dessa forma de informação visual, seja pelo gosto musical, pela aparência, forma de agir, linguajar, lugares em comum no qual convivem, dentre outros.

É necessário compreender também que as mídias exercem grande influência na forma de vestir e agir e nas músicas ouvidas pelos adolescentes, que estão na maior parte do tempo conectados à internet por meio de seus celulares, fenômeno atual que não pode ser desconsiderado na relação entre música e moda. Como esses jovens estão conectados quase que diariamente, recebem informações sobre as tendências de moda e novidades da música o tempo todo, e com isso, modificam sua forma de agir e aparentar e as músicas com as quais tem contato.

A partir dessas reflexões, é importante lembrar que música e moda são mutáveis, e que naturalmente elas mudam no tempo-espaço. Cada nova geração de adolescentes se comunica e vivencia coisas diferentes, o que torna cada uma delas singular, seja pelo convívio social, pela moda em voga, pela música, pelas gírias utilizadas. Cada uma tem suas peculiaridades, e isso não torna uma melhor do que a outra, elas são apenas diferentes. Compreendê-las e respeitá-las faz com que se possa aprender e ensinar com cada mudança vivenciada a cada nova geração.

Outras pesquisas poderiam ser realizadas com o intuito de dar continuidade e aprofundar este trabalho. Investigar outros grupos de adolescentes em outros contextos, por exemplo, ou estudar o cotidiano de um ou dois jovens relacionando os hábitos musicais e as escolhas do vestuário. Além disso, acredito que pesquisas na área de psicologia, moda, música e a respeito de mídias poderão ser aprofundadas a partir deste trabalho, considerando o mundo estar em constante mutação e a carência de pesquisas que relacionem música e moda.

## REFERÊNCIAS

ALENCAR, Cristian Guilherme Valeski de. Por que me comporto assim? Transformações cerebrais na adolescência. *Revista Eletrônica Teses e Dissertações*, Curitiba, Vol.1, No 3, 2009. Disponível em: <<http://revista.unibrasil.com.br/index.php/retdu/article/viewFile/74/104>> Acesso em: 09 de Jan. de 2015.

BAUMAN, Zygmunt. *Sobre educação e juventude: conversas com Ricardo Mazzeo*. Tradução Carlos Alberto Medeiros – Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTRO, Lucia. R. *Estetização do corpo: identificação e pertencimento na contemporaneidade*. In: L. R. Castro (Org.), *Infância e adolescência na cultura do consumo*. Rio de Janeiro: Nau, 1998. Disponível em: <[http://npiac.psicologia.ufrj.br/images/stories/livros/infancia\\_e\\_adolescencia\\_na\\_cultura\\_do\\_consumo.pdf](http://npiac.psicologia.ufrj.br/images/stories/livros/infancia_e_adolescencia_na_cultura_do_consumo.pdf)>. Acesso em: 09 de Nov. de 2014.

FREIRE, Renata S. Moda e música: Uma relação de cumplicidade. *Projeto Revista Extensão em Ação*, Ano 1 – v.1, n. 1, jul./dez 2011. Disponível em: <<http://www.revistaprex.ufc.br/index.php/EXTA/article/view/3/18>>. Acesso em: 08 de Nov. de 2014.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. Ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução: Maria Lucia Machado – São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LYRA, Carlos Eduardo de Sousa. *O inconsciente e a consciência: da psicanálise à neurociência*. *Psicol. USP*, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 55-73, Sept. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-65642007000300004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65642007000300004&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 03 Jan. 2016.

MAFFESOLI, Michel. *Tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 2. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.– Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

MAHEIRIE, Kátia. Processo de criação no fazer musical: uma objetivação da subjetividade, a partir dos trabalhos de Sartre e Vygotsky. *Revista Psicologia em Estudo, Maringá*, v. 8, n. 2, p. 147-153, 2003.

QUEIROZ, Luis Ricardo Silva. Criação, circulação e transmissão musical: inter-relações e (re)definições a partir dos cenários tecnológico e midiático contemporâneos. *Revista Música Hodie*, v. 11, n. 1, p.135-150, 2011. Disponível em <<https://goo.gl/QSste9>> Acesso em: 04 Jan. 2016.

RIBEIRO, Rafael; FUZETO, Laís Rafael. *A construção de tribos urbanas através do conceito de tipo-ideal: o consumo como possibilidade de ser*. 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/grupo-estudo/gaes/pages/arquivos/LAIS%20e%20RAFAELA%20UEM%20-%20artigo%20%20GT%2002.pdf>> Acesso em: 09 de Nov. de 2014.

SOUZA, Jusamara; TORRES, Maria Cecília de Araújo. Maneiras de ouvir música: uma questão para a educação musical com jovens. *Música na educação básica*, Porto Alegre, v. 1, n. 1, outubro de 2009.

SVEDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges – Rio de Janeiro: Zahar, 2010.