

## ROCKHISTORY: ROUPAS QUE CONTAM UM POUCO DA HISTÓRIA DO ROCK E CARACTERIZAM ESTILOS DE VIDA<sup>1</sup>

Carla GUIMARÃES<sup>2</sup>  
Douglas BARRETO<sup>3</sup>  
Irene Gabriela SOBRAL<sup>4</sup>  
Lucas ALVES<sup>5</sup>  
Maria Eduarda CORCINO<sup>6</sup>  
Vitor BRAGA<sup>7</sup>

Universidade Federal de Sergipe

### RESUMO

Algo tão grande, expressivo e diversificado não poderia ter surgido senão de uma mistura. Foi assim, em meados da década de 50, num país marcado pela segregação racial, que se misturaram a música dos negros, *Rythm & Blues*, e a dos caipiras brancos, o *country*, fazendo nascer o *Rock'n'Roll*. O mundo não é o mesmo desde que o novo grito musical surgiu, influenciando as ações, falas e vestimentas de seus adeptos. Com o tempo, várias vertentes surgiram, cada uma com identidade própria, mantendo o vínculo de um só ritmo. Este ensaio, o “Rockhistory”, conta um pouco da história do rock com roupas que o caracterizam e representam estilos de vida dentro de uma esfera musical.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotografia; Fotografia Publicitária; Moda; Música; Rock.

### 1. INTRODUÇÃO

Um dos primeiros conceitos de moda surge da distinção de classes sociais: em meados do século XV, a classe burguesa em ascensão procurava imitar a vestimenta dos nobres. Estes, por sua vez, mudaram suas roupas para manterem-se distintos.

Conforme Trinca (*apud* DUBY e ARIÈS; 1990), no fim da Idade Média, a diferença de vestuário entre pessoas de um mesmo estrato social era mínima e o traje funcionava como um artifício para demarcar barreiras entre estruturas e hierarquias sociais. A moda

(...) satisfaz, por um lado, a necessidade de apoio social, na medida em que é imitação; ela conduz o indivíduo às trilhas que todos seguem. Ela

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade fotografia publicitária.

<sup>2</sup> Graduanda do 5º período de Publicidade e Propaganda da UFS – carlaguimaraes-@hotmail.com.

<sup>3</sup> Graduando do 5º período de Publicidade e Propaganda da UFS – barretodoug@gmail.com.

<sup>4</sup> Graduanda do 5º período de Publicidade e Propaganda da UFS – irenegabriela@gmail.com.

<sup>5</sup> Graduando do 3º período de Publicidade e Propaganda da UFS – lucas.dregon@hotmail.com.

<sup>6</sup> Graduanda do 3º período de Publicidade e Propaganda da UFS – dudacorcino@hotmail.com.

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor da UFS e doutorando em comunicação pela UFBA. vitorbragam@gmail.com.

satisfaz, por outro lado, a necessidade da diferença, a tendência à diferenciação, à mudança, à distinção, e, na verdade, tanto no sentido da mudança de seu conteúdo, o qual confere um caráter peculiar à moda de hoje em contraposição à de ontem e à de amanhã, quanto no sentido de que modas são sempre modas de classe. As modas dos estratos superiores diferenciam-se daquelas dos estratos inferiores, e são prontamente abandonadas quando os últimos passam a se apropriar das mesmas. (SOUZA e ÖELZE; 1998, p. 161-170).

Pode-se inferir que a moda, ao mesmo tempo em que faz alguém pertencer a um grupo, separa-o de outro. “Onde falta um desses dois momentos – seja a necessidade e a possibilidade da distinção, seja a necessidade e o desejo de vincular-se aos outros –, aí também termina o reinado da moda” (SOUZA e ÖELZE, 1998, p. 161-170).

Sabendo-se que “o Rock é muito mais do que um tipo de música: ele se tornou uma maneira de ser, uma ótica da realidade, uma forma de comportamento” (TINTI *apud* CHACON, 1985, p. 18-19), o presente trabalho busca representar o rock através das roupas características de algumas de suas vertentes.

## 2. OBJETIVO

Objetivamos mostrar, através de fotografias, a linha do tempo 1950 - Atualidade, abrangendo a representatividade visual do Rock e sua influência sobre as vestimentas e o estilo de vida de pessoas que procuram identificação e pertencimento a determinados grupos sociais.

Ao mesmo tempo em que apresenta diversas tendências na moda através do estilo musical vigente, o presente trabalho pretende evidenciar o trabalho de fotografia na publicidade para a moda, mostrando como uma estética predominante de cada estilo musical, bem como uma perante o público, são percebidos; o que requer uma produção fotográfica que saliente a inserção dessa indumentária no comportamento daqueles adeptos a cada estilo. Como já discutimos anteriormente, trabalhamos aqui com o imaginário que envolve o rock e suas diversas tendências ao longo do tempo, e como a publicidade opera de modo a trazer o pertencimento a essas tendências através da promoção de características específicas nas imagens.

## 3. JUSTIFICATIVA

Carregado de expressividade musical e com uma moda cheia de atitude, o rock e suas vertentes tornaram-se um estilo de vida não somente musical que marcou décadas e gerações e dividiu-se em várias vertentes distintas sem perder sua essência.

Fotografar a moda rock vai além de um ensaio comum a fim de mostrar roupas. Representa a personalidade e identidade daquele que as veste. Este ensaio mostra que o rock determina estilos de vida e cria identidades próprias através, também, de roupas.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS**

Após estabelecer tema e objetivo, foram decididos os estilos a serem retratados, já que o rock é muito abrangente e possui várias vertentes: *Rockabilly*, *Punk*, *Heavy Metal*, *Hard Rock*, *Grunge*, *Emocore* e *Happy Rock*.

A câmera utilizada para a execução do trabalho foi da marca *Nikon* modelo D90, e as fotografias foram realizadas, em sua maioria, com o auxílio do tripé, para maior controle da estabilidade. Outras foram obtidas sem tripé, para maior liberdade na captura de determinadas posições.

A iluminação de estúdio foi feita através de *flashes*, em maioria com luz direta, usando o *snoot* como acessório. De acordo com a necessidade de cada foto, foram capturadas imagens coloridas e preto-e-branco. No processo de edição, foram realizados ajustes de saturação, brilho, contraste e intensidade da cor. Mais detalhes sobre cada imagem estão nas tabelas com os dados técnicos.

#### **5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Como são estilos completamente diferentes, a roupa é muito importante, pois mostra a atitude do movimento. As poses também mostram como os participantes de cada estilo se portam e agem. A seguir, o detalhamento do processo acompanha uma discussão teórica da representação da moda nesses estilos musicais.

##### **5.1. *Rockabilly***

Em 1947, Christian Dior lança a moda do *New Look*, com mais feminilidade e glamour nas vestimentas. Na década de 1950, as mulheres passaram a usar vestidos mais amplos e na altura do tornozelo. Segundo Cláudia Garcia, no Almanaque da Folha Online: “a cintura era bem marcada e os sapatos eram de saltos altos, além das luvas e outros acessórios luxuosos, como peles e joias”.

Ainda nessa década, o cinema apresentava a figura do jovem rebelde, como o personagem de James Dean no filme *Juventude Transviada*, em busca da sua própria moda, da sua “necessidade de se justificar. Na necessidade de encontrar um caráter em si, de se

identificar consigo e não com o que os obrigavam a ser”. Foram anos marcados pela busca de uma identidade própria que ficou escondida durante o tradicionalismo e conservadorismo da década de 1940, no período de guerras e dos Anos Dourados.

O estilo caiu no gosto musical dos jovens americanos, tendo como ídolo o cantor e ator Elvis Presley, sempre vestido com jaquetas de couro e calças boca de sino acompanhadas de um imponente topete no cabelo. Conforme Trindade e Sobrinho (online), “a nova música, com um contratempo acentuado e um ritmo dançante, afirmava ainda mais essa rebeldia surgida na década e trazia uma atitude mais revolucionária. Era uma música rebelde para uma juventude rebelde”.

**Dados técnicos:** Abertura f/8 | Tempo de exposição 1/250 | Sensibilidade ISO 200 | Distância focal 35mm | Iluminação Flash com Snoot

## 5.2. Punk

Com origem em Londres em meados dos anos 70, “uma reação agressiva, produto da sociedade superindustrializada e desumanizada, se instala através do movimento punk” (CIDREIRA; 2008, p.38). Bandas como *Ramones* e *Sex Pistols* impulsionaram a criação de comportamentos e estética próprios:

“Os elementos dessas bandas, imaginativos e provocadores, usavam suásticas e outros símbolos nazi-fascistas, assim como símbolos comunistas num desafio agressivo aos valores políticos, morais e culturais. A música punk tradicional apresentava um conteúdo agressivo de crítica social [...]”. (SOUSA, FONSECA; 2009, p. 210)

Muggiati (*apud* RODRIGUES; 2011) afirma que se havia uma coisa de que os punks faziam questão de ser era contra a cultura. “Sua música era de baixa qualidade e sua estética espelhava negatividade e muita revolta” (CIDREIRA; 2008, p. 38). Contrastando com a moda vigente, a música e o visual punk eram muitas vezes considerados ofensivos:

O termo moda não é bem aceite (sic) neste grupo já que depreende ‘comércio, aparência, aceitação social’. Há que usar o termo estilo ou visual para se referir à roupa como ‘afirmação pessoal’. O estilo punk pode ser reconhecido pela combinação de jeans rasgadas ou calças pretas justas, t-shirts de bandas musicais, cabelo colorido à moicano ou espetado em crista e acessórios como brincos, pulseiras ou colares de picos, alfinetes-de-ama e correntes metálicas” (SOUSA, FONSECA; 2009, p. 211).

**Dados técnicos:** Abertura f/8 | Tempo de exposição 1/250 | Sensibilidade ISO 200 | Distância focal 52mm | Iluminação sem flash

### 5.3. *Heavy Metal*

Jeans surrados e camiseta com logotipo de banda são características típicas dos *headbangers* ou *metaleiros*, adeptos a um estilo que mistura o clássico *Rock N' Roll*, o *Blues* e a Música Clássica. Na década de 1970, quando o Metal já se consolidara, os integrantes da banda *Judas Priest*, adotaram jaquetas de couro, braceletes, calças jeans surradas e botas de couro se tornaram ícones de moda.

É possível vislumbrar os elementos de uma linguagem que começará a delimitar o espaço dos fãs de Heavy Metal, tais como calças jeans rasgadas, tatuagens, braceletes e imagens teratológicas, permitindo identificar, através de signos diferenciais, quem faz parte da tribo metálica (JANOTTI, 1994, p. 85).

Outras bandas traziam toda a obscuridade que até hoje o *Heavy Metal* carrega. É o caso da também pioneira no estilo, *Black Sabbath* e seu vocalista Ozzy Osborne, que ligaram o estilo ao que é mais oculto, fora do padrão, bizarro.

Bandas inglesas como Black Sabbath e Deep Purple se firmaram como importantes representantes do heavy metal no início dos anos setenta. A primeira recebeu esta denominação derivada da influência “satanista” para os nomes das bandas de heavy metal. Outras que despontariam anos depois também se incluíam nesta vertente, em que composições e visual sombrios são comuns. (TINTI para o site Club do Rock<sup>8</sup>).

Na Figura 3, o estilo é retratado por um casal: o homem usa jaqueta de couro e a mulher, roupas mais provocantes, sem perder o lado pesado e obscuro que o estilo carrega.

**Dados técnicos:** Abertura f/8 | Tempo de Exposição 1/250 | Sensibilidade ISO 200 | Distância Focal 32mm | Iluminação sem Flash

### 5.4. *Hard Rock*

O *Hard Rock* sempre funcionou de maneira extravagante, sombria, sexy, podre e apaixonante. Tudo ao mesmo tempo. A moda oitentista trouxe à tona a androginia, com roupas comuns ao público masculino e feminino: jaquetas de couro, camisetas rasgadas, braceletes, bandanas, calças justas, saltos, estampas de animais, coletes e maquiagem pesada e colorida.

Os elementos e acessórios eram utilizados de maneira a explorar o lado sexy dos adeptos ao estilo, inclusive dos artistas que o representam. É o exemplo de Axl Rose que,

<sup>8</sup> Disponível em: <http://clubrock.com.br/news/historiadorock.htm> Acesso em março de 2013.

mesmo com traços femininos e looks sexys e andróginos abusava de atitude forte em suas apresentações junto ao *Guns N' Roses*, banda na qual era o vocalista.

O renascimento do rock após o punk contribuiu para a propagação de visuais e comportamentos que caracterizariam a década de 80. Os cabelos estilo *mullet*, usados pelos cantores e músicos, e a predominância na moda das cores cítricas e das ombreiras, derivados da estética da *new wave*, um dos subgêneros do pop-rock oitentista, são exemplos dessas características visuais que diferenciaram os anos 80, da mesma forma que os topetes com brilhantina, as lambretas e as jaquetas de couro caracterizaram os anos 50. (ANAZ, *online*).

O Hard trouxe um ar mais apaixonante e doce baseado nos anos 1970, mas sem todo o brilho nas roupas. Entre suas principais influências na música, estão *Guns N' Roses*, *Bon Jovi* e *Van Halen*. Segundo Tinti, para o site Club do Rock<sup>9</sup>:

A presença de palco de Axl Rose, vocalista do Guns'n'Roses, era marcante por seu estilo de cantar e se movimentar durante as apresentações ao vivo. *Appetite for Destruction*, de 1987, representou a mistura do hard rock com a emocionalidade do blues. Após a separação da banda, só restou Axl Rose da formação original. A apresentação do Guns no último Rock in Rio, em 2001, mostrou que ainda existem muitos fãs da antiga fase. Apesar de músicas como *Sweet Child O' Mine* e *Welcome to the Jungle* agitarem a platéia, atualmente a presença do Guns'n'Roses é bem menor.

A modelo da Figura 4, embora trajando calça justa, jaqueta de couro, maquiagem colorida e chamativa num ambiente escuro e pesado, consegue expressar traços meigos e românticos.

**Dados técnicos:** Abertura f/8 | Tempo de Exposição 1/250 | Sensibilidade ISO 200 | Distância Focal 30mm | Iluminação Sem Flash

## 5.5. Grunge

Na primeira metade dos anos 90, a banda Nirvana atinge enorme sucesso e é considerada a principal banda de Rock da década. A indumentária do vocalista Kurt Cobain, com roupas largadas e gastas, seguindo a ideia de que qualquer coisa serve, não importa o tamanho ou tempo de uso, inspirou muitos fãs. Segundo Cléo Ramos e Sérgio Sudsilowsky (*online*), a moda *grunge*

Em oposição ao excesso de detalhes da moda *punk* e do exagero e luxo dos anos 1980, utilizava roupas inspiradas na classe proletária de Seattle, com roupas muito largas e gastas, muitas vezes adquiridas por doação, e camisa de flanela com estampa xadrez, como a dos lenhadores. Além da

<sup>9</sup> Disponível em: <http://clubrock.com.br/news/historiadorock.htm> Acesso em março de 2013.

camisa xadrez (cujas mangas longas, muitas vezes, escondiam as picadas provocadas pelo uso de drogas injetáveis), completavam o visual as calças jeans esfarrapadas, camisetas de bandas, gorros, longos cabelos gordurosos e barba por fazer. Muitos desses ícones foram difundidos, principalmente, pelo músico Kurt Cobain considerado a maior referência para os seguidores deste movimento.

GUMES (*apud* Shuker, 1999) afirma que o *look grunge* incluía camisa de flanela, bermudões bem folgados e roupas de brechó e seus representantes traziam um estilo pessoal. O *grunge* era uma mistura de *Punk* e *Metal*, com músicas independentes e autênticas. Sua ideologia era absolutamente contra as instituições sociais, estando “associada a um conjunto de valores musicais, destacando-se a autenticidade, algo completamente oposto ao que está em vigor” (GUMES *apud* SHUKER, 1999, p.172).

**Dados Técnicos:** Abertura f/8 | Tempo de exposição 1/250 | Sensibilidade ISO 200 | Distância Focal 32mm | Iluminação sem Flash

## 5.6. Emocore

No século XXI, resultado da mistura entre *punks* e *neo-hippies*, surgem os emos. Conhecidos por suas músicas com letras melodramáticas que tratam de sentimento e dor, a banda gaúcha Fresno é uma das representantes do estilo. Segundo Ferreira et. al (*apud* SOUZA, 2005), uma música não pode ser emocore se não falar de sentimentos como o amor, a decepção e a dor.

Suas roupas atraíam muita atenção pela mistura de várias peças diferentes em um único look. O estilo começou a se popularizar entre os jovens, que viam nas letras das músicas um refúgio para as angústias e incertezas da vida.

O estilo *Emo* é uma fusão da rebeldia comportamental e estética dos grupos *punk* do final dos anos 70 e do *indie-rock*, bastante visível na década de 60, que estampava um vestuário comportado, considerado “cafona” cujas peças mais comuns eram os blazers, paletós, xadrez e *skinny* jeans, variando entre o socialmente bem vestido, comportado e o aspecto baderneiro dos grupos que ali nasciam. (NOGUEIRA; 2008, p. 193).

A modelo da Figura 6 usa camisa xadrez e tênis All Star – característica do *grunge* - bem como blusa e meia calça pretas – presentes no *punk* -, além de minissaia de pregas – modismo dos anos 2000. O emocore é retratado pelo mix de peças para composição do look e presença de cabelo com franja lisa tapando metade do rosto.

**Dados técnicos:** Abertura f/8 | Tempo de Exposição 1/250 | Sensibilidade ISO 200 | Distância Focal 30mm | Iluminação sem Flash

### 5.7. *Happy Rock*

Quebrando paradigmas, surge nos anos 2000 um Rock diferente do que todos estavam habituados, sem acordes pesados e estilos macabros. As músicas agora possuem letras e sons que tratam da alegria da juventude, da celebração da idade, festas, namoros e otimismo. As bandas Hori, Restart e Cine são suas principais representantes.

Mais conhecidos como coloridos, a tribo *Happy Rock* traz roupas com cores fortes e vivas que remetem à felicidade e diversão, com mix de estampas, sobreposição de peças e cortes de cabelo diferentes, com claras referências à moda dos anos 80. Calças *skinny* em tons de neon, tênis chamativos e óculos coloridos, geralmente sem lentes também são usados. Como debatem Ceretta e Oliveira-Cruz (*apud* ABRAMO; 1994, p. 11), “estes jovens também são articulados em torno de um estilo espetacular, cuja diferenciação se dá através da música, da roupa e de adereços, da postura e do comportamento no lazer”.

Teixeira e colegas (2010) ressaltam que estas bandas herdaram o estilo musical *Power Pop*, sucesso na década de 1970, e têm algumas características em comum: os músicos são, tal qual seu público, adolescentes.

**Dados técnicos:** Abertura f/8 | Tempo de exposição 1/250 | Sensibilidade ISO 200 | Distância focal 35mm | Iluminação sem Flash

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A música não desempenha apenas um papel de descontração ou lazer e sim um meio para expressar os sentimentos e buscar uma identidade individual ou grupal, criando assim um estilo de vida com valores pré-determinados pelos adeptos do grupo.

O *Rockhistory* busca ser muito mais que a história do rock, ousando em tentar considerar-se a história da evolução da humanidade em relação à sua indumentária através do aspecto musical, em constante modificação ao redor do mundo. Para tentar aproximar-se ainda mais da realidade, em que muitas pessoas modificaram seus estilos de vestir e pensar no decorrer das décadas, os mesmos modelos estão presentes em fotografias diferentes.



## 7. FOTOGRAFIAS



Figura 1 - Rockabilly



Figura 3 – Heavy Metal



Figura 4 – Hard Rock



Figura 2 – Punk



Figura 6 – Emocore



Figura 5 - Grunge



Figura 7 – Happy Rock

## REFERÊNCIAS

ANAZ, Sílvio. **Como funcionam os Anos 80**. Disponível em: <<http://pessoas.hsw.uol.com.br/anos-803.htm>>. Acessado em março de 2013.

CERETTA, S. C. OLIVEIRA-CRUZ, M. C. B. F. **Alegria em cores: identidade e consumo entre adolescentes happy rockers**. Santa Maria, 2012. Disponível em <[http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_20/contemporanea\\_n20\\_05\\_CERETTA.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_20/contemporanea_n20_05_CERETTA.pdf)> Acessado em março de 2013.

CIDREIRA, R. **Moda nos anos 60/70 (comportamento, aparência e estilo)**. Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras, vol. 2, 2008.

FERREIRA, A. et al. **Emos – o Resgate da Moda Romântica através dos Blogs**. Disponível em <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n53/blogs.html>> Acessado em março de 2013.

GARCIA, Claudia. In: Almanaque da Folha. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/154695334944210728619242571716276375905.pdf>> Acessado em março de 2013.

GUMES, N. V. C. **Música: Marcas Sonoras Juvenis**. Bahia. Trabalho apresentado ao NP13 – Comunicação e Cultura de Minorias, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2004. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/154695334944210728619242571716276375905.pdf>> Acessado em março de 2013.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. O Universo Simbólico do Heavy Metal. Revista do CHLA, (UFAL), v. 8, p. 82-86, 1994.

NOGUEIRA, G. L. C. **Emocore – Grupo como Leitura Social**. Maranhão. Trabalho apresentado à Revista Cambiassu. 2008. Disponível em <[http://www.cambiassu.ufma.br/cambi\\_2008/gisllayne.pdf](http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2008/gisllayne.pdf)> Acessado em março de 2013.

RAMOS, C. SUDSILOWSKY, S. Disponível em <<http://www.cetiqt.senai.br/ead/redige/index.php/redige/article/view/175/228>> Acessado em março de 2013

SOUSA, H.; FONSECA, P. **As tribos urbanas – as de ontem até às de hoje**. Nascer e Crescer, 2009, p. 209-214.

SOUZA, J. e ÖELZE, B. **Simmel e a modernidade**. Brasília: UnB. 1998. p. 161-170 Disponível em: < <http://www.ebah.com.br/content/ABAAABHJQAE/psicologia-moda-estudo-sociologico-georg-simmel>> Acessado em março de 2013.

TINTI, Simone Paula Marques. **História do Rock**. Disponível em: < <http://clubrock.com.br/news/historiadorock.htm>> Acessado em março de 2013.

TRINCA, Tatiane Pacanaro. **Moda e Reificação: a supremacia da aparência na sociedade do consumo**. Disponível em: < <http://migre.me/dI31Q>> Acessado em março de 2013.

TRINDADE, D. A. e SOBRINHO, B. **A Juventude dos anos dourados: o tradicionalismo pós-guerra e a ruptura rebelde como prenúncio de revolução e vontade de liberdade**. Disponível em: <<http://lemad.fflch.usp.br/node/283>> Acessado em março de 2013.