



## VILA MADALENA DOS HIPPIES AOS HIPSTERS: ESTILOS URBANOS E RESSIGNIFICAÇÃO DOS LUGARES

*VILA MADALENA FROM HIPPIES TO HIPSTERS: URBAN STYLES AND RESIGNIFICATION OF PLACES*

Ruano, Daniela de Paula; Designer de Moda; Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, [dani.laruano@gmail.com.br](mailto:dani.laruano@gmail.com.br)<sup>1</sup>  
Santos, Ademir Pereira dos; Doutor; Professor do Centro Universitário Belas Artes, [dmi@hotmail.com](mailto:dmi@hotmail.com).<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo apresenta os resultados parciais de uma pesquisa de mestrado sobre a dinâmica da moda na cidade de São Paulo, como ela se relaciona com o uso e o processo de ocupação dos espaços públicos e modificação da paisagem urbana. Nosso tema aqui é o bairro da Vila Madalena e dinâmica da moda de 1970 aos dias atuais .

**Palavras chave:** Moda; Espaço Público. Dinâmica Social.

**Abstract** This article presents the partial results of a research project about the dynamics of fashion in the city of São Paulo, how it relates to the use and the process of occupation of public spaces and the modification of the urban landscape. The focus is the neighborhood of Vila Madalena and the fashion dynamics from the 1970s to the present times.

**Keywords:** Fashion; Public Space, Social Dynamics.

### Introdução

Este artigo propõe uma reflexão que se baseia nas experiências da pesquisa da autora<sup>3</sup>, na qual se busca articular a cultura de moda, ao Urbanismo, às Tribos Urbanas, e às tendências e práticas da juventude. O foco incide aqui na Vila Madalena, abrangendo sua história desde os anos de 1970 e sua vida cultural para compreendermos a dinâmica da

<sup>1</sup>Professora e pesquisadora. Graduada em Negócios da Moda pela Universidade Anhembi Morumbi, Mestranda em Arquitetura, Urbanismo e Design do Centro Universitário Belas Artes de SP, com pesquisa focada na compreensão da dinâmica da moda dentro do espaço urbano.

<sup>2</sup>Professor do mestrado em Arquitetura, Urbanismo e Design do Centro Universitário Belas Artes de SP. Arquiteto pela Universidade de Londrina, Pr, mestre em História pela Unesp e doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo.

<sup>3</sup>Esse artigo foi transformado em um roteiro de memória e contemplado no Edital Jornadas do Patrimônio de 2019 organizado pelo Departamento do Patrimônio Histórico da Secretária de Cultura da Cidade de São Paulo/SP.





moda no lugar e, como ela se relaciona com o uso e o processo de ocupação dos espaços públicos e a consequente modificação da paisagem urbana. Diante das inúmeras transformações ocorridas no referido bairro desde a sua formação, procurou-se compreender o processo histórico de transformação do lugar, identificando, como estágio fundamental para o estudo comparativo proposto, a dinâmica e modo de vida, com enfoque na moda como forma de definição de identidades sociais e nas mudanças espaciais que as acompanham.

Conhecido pela sua vocação boêmia e por ter sido habitado por intelectuais e artistas de vanguarda, a Vila Madalena atualmente é um espaço de empreendimentos imobiliários de grife, bares estilizados e lojas-conceito de marcas de moda. Durante as décadas de 1960, 1970 e 1980 a Vila Madalena recebeu como moradores estudantes e professores universitários atraídos pela proximidade e acesso à transporte para USP além do baixo custo de vida e valor dos aluguéis. Local de residência para os primeiros *hippies* paulistanos, estudantes e migrantes de diversos estados do país, transformou-se a partir desse momento num bairro boêmio com comércio local com preços acessíveis. A partir dos anos 1990 uma nova transformação, ainda em curso, alterou o público e os frequentadores da Vila Madalena devido à própria fama do lugar, agora para instalação de galerias de arte, bares, restaurante e casas noturnas, lojas de grifes, agências de publicidade. Este aspecto implicou na elevação dos custos de vida e do aluguel, implicando no valor dos imóveis, fato que levou à "expulsão" dos estudantes, boêmios e moradores originais da Vila. Situado na Zona Oeste de São Paulo, hoje, o bairro aparece em vários sites de comportamento, dicas de viagem e estilo de vida como um dos lugares "badalados" da cidade. O colorido de seus grafites, além de turistas, atrai, também, pessoas influentes do mundo das artes e da moda, que procuram a "Vila" para montarem seus ateliês, lojas e escritórios, ou desfrutarem de seus produtos e serviços, descobrirem possíveis tendências, além de, vivenciarem uma diversa oferta em bares e gastronomia.



No escopo desse trabalho, ao explorar o papel da moda na construção de uma imagem urbana, procura-se destacar o ato de vestir e o ato de consumir moda, como uma forma específica de construção de uma certa identidade local. O “vestuário como forma de cultura não verbal; o uso de roupas em espaços públicos como forma de apresentação do eu” (CRANE, 2006. p.454). Em outras palavras, assume-se que a moda é parte essencial da imagem cotidiana e se manifesta no espaço das ruas, onde tendências são apresentadas, cultivadas e irradiadas. A moda, como forma de expressão individual e coletiva, singulariza o público frequentador da Vila Madalena e a moda como uma atividade econômica, vincula moda e cultura, criando uma identidade que impulsiona mudanças no lugar:

No imaginário da cidade, o local apresenta como perfil marcante o predomínio de grupos considerados “alternativos” e “intelectualizados”. Junto com os bares e casas noturnas, encontram-se cinemas com uma programação diferente da oferecida no circuito comercial, livrarias, ateliês, lojas e oficinas de arte, restaurantes diversificados, feiras de antiguidades ou consideradas “alternativas”, ONGs, associações diversas, entre outras coisas. [...] Há um clima próprio de espaços que prometem oferecer aquilo que é tido para alguns grupos como *cult*, *cool* e, também, *roots*, estrangeirismos que fazem parte do cotidiano da grande cidade e são utilizados livremente pelos jovens [...] essas três expressões juntas se aproximam de algo que é bacana, de “vanguarda”, ligado à chamada “alta cultura” e, ao mesmo tempo, com raízes identificáveis, próximas de certas “purezas” e, em alguns casos, daquilo que no momento é eleito como “genuinamente nacional (BORGES; AZEVEDO, 2007, p.85).

Neste contexto, a moda, como um fator estético faz com que a Vila Madalena se torne mais atraente, atraindo intervenções artísticas, culturais e arquitetônicas, influenciando nos tipos de estabelecimentos e nas formas de sociabilidade que se incorporam ao bairro. Cria-se assim uma imagem do lugar, uma identidade que impulsiona a remodelação do lugar, agregando investimentos que por outro lado, marginaliza grupos populacionais que não se partilham do ambiente recém-consolidado.

### **Breve histórico da Vila Madalena**



Situada no distrito de Pinheiros, a Vila Madalena localiza-se na região oeste da capital paulistana, integra Pinheiros, extensa região que se espalhava, no início da ocupação de São Paulo, desde a várzea do Rio Pinheiros até o espigão da Paulista. No século XIX, por se tratar de um bairro periférico e pobre da cidade era conhecida como “Vila dos Farrapos. Nas primeiras décadas do século 20 a área era então chamada de Sítio do Buraco e possuía uma linha de bonde, interligando a vila aos principais bairros de São Paulo. Conta-se que a área pertencia a um português que tinha três filhas: Ida, Beatriz e Madalena. Gonçalo, como era chamado, conseguiu a aprovação da prefeitura para construção de bairros na região, entretanto, essa história faz parte do imaginário popular dos habitantes da Vila (AVELINO, 2012). O loteamento começou a mudar a fisionomia do bairro no século 20, graças ao crescimento do bairro de Pinheiros. Segundo SQUEFF, a Vila passou então a ter ares de vilarejo, onde nas esquinas havia empórios e botecos. Com o tempo, a comunidade foi crescendo, a região se desenvolvendo, atraindo um público mais variado a partir dos anos de 1950. Em 1968 iniciou-se a construção de um grande conjunto habitacional, financiado pelo Banco Nacional de Habitação, o Conjunto Residencial Natingui, que ficou conhecido como BNH. A construção dos prédios a partir da década de 1960 marcou o início da verticalização do bairro.

### Os Hippies

No final da década de 1960, o governo militar fechou o Conjunto Residencial da Universidade de São Paulo (CRUSP) e os alunos tiveram que procurar residências próximas à universidade com aluguéis baratos. Destino de muitos estudantes, que vinham de várias partes do Brasil para estudar na cidade, a Vila Madalena, começou a se transformar com estes moradores, que ocupavam quartos ou moravam nas edículas, situadas no fundo das casas ou em casas compartilhadas, as repúblicas, trazendo movimento à Vila, principalmente para os bares e botecos, uma vez que sempre se reuniam para beber e conversar.



Nos primórdios da emergência dos barbudinhos e das barbudinhas – esse era o nome que circulava para designar as moças com as saias compridas e com seu jeito desabusado que scandalizava – a Vila Madalena era um enclave no bairro de Pinheiros. Não tinha a elegância do Alto de Pinheiros, nem a pujança para os bons negócios do centro de Pinheiros, que se resumia praticamente à Rua Teodoro Sampaio (SQUEFF, 2002, p. 161).

Com isso a Vila Madalena tornou-se reduto da esquerda na capital e no período da Ditadura Militar era um lugar que reunia imigrantes, a classe trabalhadora, artistas e os universitários. Mantinham relações de vizinhança, em casas de muro baixo. Mesmo não se considerando hippies, “Nunca fomos hippies” como disse José Luiz Pena, músico, baiano, que chegou fugido de Salvador, onde dizia ter ligações com o partido comunista (SQUEFF, 2002, p. 75), eles tinham várias características desse movimento, nos sentidos estético e intelectual. O papo nos bares era intelectual, politizado e a moda, ou modo de se vestir despojado dos jovens que os frequentavam afrontava o sistema, por se diferenciar do formalismo da classe burguesa e trabalhadora. Segundo relatos, a chegada dos hippies também está relacionada ao bairro ter proximidade com a Avenida Paulista, mas “o grupo de jovens do bairro estava mais para a moda hippie do que chique”.

Na década de 1960, tivemos o tropicalismo, um movimento musical que atingiu as artes plásticas, o cinema e a poesia. Mas, na época do tropicalismo, em termos de grupos reunidos nos bares, a Vila Madalena ainda estava apagada. E, portanto, o que mais se pode observar foi a aparência de um tempo da moda hippie refletida no grupo dos estudantes e artistas. (VERRI, S. V. 2014, p. 116)

Podemos notar que a partir deste momento a Vila Madalena tem habitantes de diversos *backgrounds*, mas que aos poucos encontravam algo em comum, talvez pela proximidade das relações, Canevacci (1993, p. 78), “o ambiente urbano produz um contexto historicamente determinado, do qual se plasma o comportamento social”. Ele, ainda cita, Gleertz, “o conjunto de costumes de um povo é sempre marcado por um determinado estilo, isso forma alguns sistemas”. Ele não estava falando diretamente de moda, mas sim de costumes em geral, mas que se aplica ao processo vivenciado na Vila Madalena.



Podemos observar o vestuário como mais uma forma de comunicação atuando diretamente na construção de identidade local.

Na verdade, foram eles que deram origem à Vila como ela seria mais tarde; a Vila, dizem seus mais antigos moradores – nunca convencidos das versões dos próprios barbudos –, nasceu, sem a menor dúvida, com a chegada dos *hippies*. Foram eles que começaram a se juntar em torno do bar Sujinho. Vivia-se então, o fim dos anos 70 (SQUEFF, 2002, p.21).

Figura 1: Feira da Vila Madalena, 1983



Fonte: <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,vila-madalena-um-bairro-boemio-que-vem-mudando-dia-a-dia,1609236>

Aqui já podemos observar as dinâmicas das tribos urbanas na construção da identidade sócio espacial do bairro. Amizades formadas por afinidades, pensamentos em comum, hábitos e formas de vestir similares. Os grupos podem se formar ao compartilharem práticas de lazer, imagem estética ou gosto musical.

“[...] o neotribalismo é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão. E é assim que podemos descrever o espetáculo da rua nas megalópoles modernas. O adepto do *jogging*, o *punk*, o *look* retrô, os ‘gente-bem’, os animadores públicos, nos convidam a um incessante *travelling*. Através de sucessivas sedimentações constitui-se a ambiência estética da qual falamos. E é no seio de uma tal ambiência que, pontualmente, podem ocorrer essas ‘condensações instantâneas’ (Hocquenghem-Scherer), tão frágeis, mas



que, no seu momento são objeto de forte envolvimento emocional” (MAFFESOLI, 1987, p. 107).

## Os Hipsters

Se no meio dos anos 2000 ser *hispters* era considerado algo *cool*, hoje, em 2019 não é mais, ser *hipster* virou sinônimo de qualquer um que use barba, curta acessórios de “design” ou vintage. Os *hipsters* originais já se ofendem ao serem chamados assim, já que esteticamente até os sertanejos tem adotado esse visual.

O livro, *O Hipster*, que faz uma sátira do estilo explica: Hipsters gostam muito de descobrir lugares que ainda não tenham sido contaminados pela cultura *maistream*, como o oceano. Quanto a revista *Veja* disse, no mesmo ano, que *hipster* não passa de um jeito diferente de classificar pessoas que, até há pouco, seriam tachadas de moderninhas, o *hipster* já era *mainstream*.

A partir dos anos 1980, a população do bairro, que até a década de 60 era formada por 85% de portugueses e 10% de italianos, começa a observar a paisagem do horizonte mudar com a chegada de diversos empreendimentos imobiliários e conseqüentemente novos moradores. Nesse momento, além dos estudantes da década anterior, o bairro é procurado por jovens profissionais, artistas, músicos, artesãos, etc. A mudança no comércio acompanha o número de pessoas, e a proliferação deste, especialmente bares e restaurantes geraram uma maior valorização do local.

A partir da década de 1980, a Vila passou a ser vista como um local diferente. Os jovens que costumavam se encontrar nos bares eram diferentes dos antigos moradores da Vila, se vestiam com uma estética da aparência da década de 1968 – cabelos compridos, calças jeans, tênis e roupas despojadas. Embora o bairro, na sua totalidade, fosse maior do que a população de jovens que circulavam pelas suas ruas, era um reduto de estudantes da USP. Vistos nas ruas e nos bares, eles se



destacavam, dando uma nova roupagem à Vila, uma vez que apareciam vestidos de uma vanguarda moderna. (VERRI, S. V. 2014, p. 133)

No final dos anos 90 a Vila Madalena era considerada um bairro *underground*, a noite misturava botecos baratos, ou alguns poucos bares em estilo vintage, os botecos *gourmet*”, bares de samba e mpb, e casas noturnas de música variada, brasileira e rock. Conforme Afonso (2002, p. 191), na década de 90 a Vila Madalena “era um bairro já considerado artístico, cultural, com galerias de arte, escolas de teatro, danças e livrarias além de muitos bares, restaurantes, cafés charmosos e boa pizzaria”. Considerado o bairro por onde circulavam os estilosos e modernos, gente descolada, com estilo próprio. Nessa época, começamos ver os primeiros sinais de arte urbana.

Essa equação, *underground*, novos espaços gourmet com estética vintage, aliada construção de uma estação de metro durante os anos 1990 (a estação Vila Madalena foi inaugurada em 1998), multiplicam as mudanças nas características sócio espaciais do bairro, chamando atenção dos investidores e empreiteiras. Segundo Nunes (2015) ocorreu muitas demolições de casas antigas que marcaram a história da Vila Madalena, no intuito de oferecerem espaço para estacionamento de carros que circulavam na região.

No início da década de 2000, com onda do *R'n'B (rhythm and blues)* chamado no Brasil de *black music*, música no soul e no blues, predominantemente afro americana, as casas desse ritmo começam a surgir e trazer um novo público para a “Vila Madá, como a chamávamos a na época. O *look* nas casas de *black* tinha referências no *streetstyle* do hip-hop, garotos de camiseta de basquete, *sneakers* nos pés, boinas e *triblys* habitavam cabeças, as mulheres se espelhavam nas divas do *r'n'b*, mais glamourosas, com brilhos, mesclavam referencias urbanas no visual.

Já no meio da década de 2000, também vemos os primeiros “hipsters”, ainda não conhecidos dessa forma, a circularem na Vila. Em espaços alternativos, casas *underground* como Matrix e Torre do Dr. Zero, com referencias musicais que iam do



punk, do *indie* britânico e nova-iorquino, misturados a música eletrônica. Com aparência entre o *punk*, *rave* e *vintage*, eles começavam a aparecer em meio a efervescência dos grafites que se multiplicavam a cada madrugada.

Figura 2: Torre do Doutor Zero, 2006-2010



Fonte: [https://www.vice.com/pt\\_br/article/mgqjd4/uma-boa-parte-louca](https://www.vice.com/pt_br/article/mgqjd4/uma-boa-parte-louca)

Formada em 2013, a banda *Cansei de Ser Sexy*, retrata bem o despontar do estilo, com uma mistura de *looks* casuais e montagem, coloridos e com atitude *blasé*, postura *cool* sem fazer esforço. Cantando em inglês e português, o CSS, saiu do pequeno palco da Torre do Dr. Zero e alcançou sucesso internacional, tocando nos maiores festivais do mundo.

Figura 3: Cansei de Ser Sexy, 2005



Fonte: <https://gente.ig.com.br/cultura/2017-06-21/cansei-de-ser-sexy.html>

A partir da segunda metade da década de 2000, a explosão dos grafites, aumento no números de ateliês e galerias de artes, a chegada de produtoras de vídeo e agências de publicidade, vemos um novo, mas com ar retrô, tipo de público no bairro, o jovem profissional criativo digital, entre 20 e 35 anos, interessados em tendências tecnológicas com sabor retrô. Possivelmente, esse frequentador da vila deu origem ao termo pejorativo “comunista de iphone”, que usava caixas de som antiga como falantes para seu ipod segunda geração. A situação econômica do país era favorável, com o boom da internet esses jovens orientados pela estética e ávidos pelo consumo cultural encontravam uma nova banda favorita a cada semana. Música e arte eram a motivação cultura e estética desses jovens;

Frequentada e protagonizada por jovens entre 20 e 35 anos, aproximadamente, esse circuito musical autoral/ alternativo nos parece estar articulado a mudanças mais amplas nas indústrias ligadas à cultura e mudanças no mercado musical e suas reconfigurações na era global e digital. Na agência de certos atores, jovens ligados ao mundo da cultura e da música, como os gestores dos espaços citados, percebemos aspectos de um debate mais amplo, que envolvem a gestão da cultura com recurso a ação de jovens lançadores de tendências, autogestores ou “trendys” e a questão da economia da música e da cultura em meio às



chamadas economias criativas e as cidades ou bairros criativos, em suas possibilidades e limites. (PEREIRA, S. L., 2015)

Nesse momento, surgiram com mais força espaços culturais e musicais alternativos/autorais, como a *Casa do Mancha* e o *Puxadinho da Praça*, que contemplam músicos brasileiros autorais, atraindo um público, que consome além de música, estilo. As ruas habitadas por jovens que transitavam em diversos ambientes, ligados a música e artes, passavam a misturar referências diferenciadas em seu visual. O que se vê é um que se vê é um “supermercado de estilos”, como teorizou Ted Polhemus (1997) em *Style Surfing*. O conceito explica a mistura de estilos de vestir, com influências do presente e do passado, disponíveis a qualquer momento como numa prateleira de supermercado. Algo que se construiu durante décadas, mas teve seu ápice com a cultura *raver* nos anos 80 na Inglaterra, refletindo na cena paulistana nos anos 90 como cultura de nicho e agora, atinge um público maior. Se observamos os processos gentrificatórios do lugar, que se intensificou após 2005, percebemos o momento que o *underground* não habita mais o *ghetto*.

Figura 4: Casa do Mancha, 2014





Fonte: <http://vilamada.com/2015/09/29/casa-do-mancha-comemora-oito-anos-com-festival-de-musica-independente/>

Hoje quem circular na Vila percebe rapidamente o reflexo dessas mudanças. Como lugar cultural, o bairro ainda é repleto de opções, tanto a céu aberto, como os grafites, quanto galerias de arte, espaços criativos, lojas de brinquedos educativos, bares, restaurantes e lojas. Os clássicos botecos chics seguem prosperando, ao lado de bares e restaurantes com comida saudável, orgânica, criativa, mas os pequenos botecos sumiram, poucos restaram. O Beco do Batman está tomado pelos hippies e vendedores ambulantes dos mais diversos produtos, o que dificulta os turistas observarem e fotografarem os grafites, já que ficam posicionados bem na frente destes. O comércio de moda local reflete a herança *hippie* e despojada de seus antigos habitantes, com lojas de estilistas que preservam identidade autoral. Marcas como a carioca *Farm*, conhecida pela estamparia tropical fazem parte do seletor roteiro de moda do local. Estilistas independentes e marcas sofisticadas que prezam pela sustentabilidade, design e utilização de materiais nacionais, como *Flavia Aranha*, *Fernanda Yamamoto* e *Uma*, se estabilizaram no bairro na última década, atraindo novos produtores de moda independente com os mesmos pilares. Mesmo com valor do metro quadrado entre os mais altos da cidade o bairro ainda é mais barato para se alugar um espaço comercial do que o Jardins, outro bairro de alto fluxo de comércio, outrora de alto luxo que hoje apresenta um *mix* entre moda de luxo, design e produtos de valor médio, conseqüentemente, atraídos pelo valor do aluguel do bairro, marcas de produtos de luxo, estilistas independentes, com foco na classe alta começaram a migrar para a Vila Madalena.

Muitos dos antigos artistas que moravam e mantinham ateliês no local já se mudaram. Quase já não vemos residências, e sim prédios altos e conceituais, entre o modernismo e o brutalismo, conforme DANTAS, 2008, “o fato é que na Vila Madalena em decorrência da supervalorização dos imóveis e do aumento dos preços dos alugueres, parte da população de baixa renda se viu obrigada a deixar o bairro, o que pode ser chamado de expulsão indireta”. O que vemos é um movimento característico da gentrificação, uma mudança

12





de significados e usos urbanos onde os “gentrificadores, se mudam gradualmente para certos locais, atraídos por baixo custo, cultura, transporte, modos de vida, entre outros, aumentando a demanda por novos estabelecimentos, provocando valorização econômica e conseqüentemente expulsando sua população original.

### Considerações Finais

A pesquisa demonstrou que a chegada dos jovens, os primeiros “barbudinhos e barbudinhas”, na Vila Madalena foi responsável pelo nascimento da classe criativa ali residente. Observamos, também, a influência do comércio nas relações pessoais, e o espaço urbano como pólo de convergência de valores e idéias.

O agrupamento de tribos urbanas, como protagonista do processo de ressignificação do lugar ao lado das mudanças do espaço construído. Influenciada por elementos da cultura global e local, a identidade local da “Vila” é construída e reconstruída, durante o passar das décadas, mas imagem do bairro nunca deixa de ser artística, criativa e inovadora. Percebe-se que essa identidade, com fortes toques de nostalgia, é um forte atrativo para os investidores e frequentadores do local, acelerando o processo de gentrificação do espaço.

Apesar do crescimento do número de lojas de moda, percebemos uma certa a pasteurização estética, e que na moda local, a diversidade, já não é mais tão presente. Os *hippies* trouxeram a liberdade, a ideologia e a criatividade, os *hipsters*, a mescla de culturas, a digitalização, e a ânsia por inovação, será que a única coisa nos restarão deles serão as barbas? Só o tempo dirá.

### Referências



AFONSO, Décio Justo. **Vila Madalena: história, fatos e fotos**. São Paulo: Nativa, 2002.

ALCÂNTARA, Maurício Fernandes de. 2018. "Gentrificação". In: *Enciclopédia de Antropologia*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia. Disponível em: <<http://ea.fflch.usp.br/conceito/gentrificação>>

CANEVACCI, Massimo. **A Cidade Polifônica: Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana**, São Paulo, Studio Nobel, 1993

CHIARATTI, Matheus, **Uma boa parte louca**. 2011. Disponível em [https://www.vice.com/pt\\_br/article/mgqjd4/uma-boa-parte-louca](https://www.vice.com/pt_br/article/mgqjd4/uma-boa-parte-louca). Acessado em 20 de julho de 2019.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. Senac São Paulo. 2ª Ed: São Paulo, 2006.

DANTAS, V. Vila Madalena: imagens e representações de um bairro paulistano. São Paulo, SP. Dissertação de Mestrado. Universidade Anhembi Morumbi, 159 p. 2008.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. Senac São Paulo. 1ª Ed: São Paulo, 2010.

HIPSTER OU SERTANEJO? Faça o teste e descubra a diferença. GAZETA do Povo. Curitiba, 2017. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/musica-urbana/hipster-ou-sertanejo/>> Acesso em: 10 jun 2019

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos – o declínio do individualismo nas sociedades de massa**, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2000.

MAGNANI, J.G. C., SOUZA, B. M. **Jovens na metrópole: Etnografias de circuitos de lazer, encontro e sociabilidade**. Editora Terceiro Nome. 2018.



MAGNANI, José Guilherme C (1992), “Tribos urbanas, metáfora ou categoria?”, Cadernos de Campo – Revista dos alunos de pós-graduação em Antropologia, Departamento de Antropologia, FFLCH/USP, São Paulo, ano 2, n. 2.

MORRIS, J. A. HAZELEY E J. P. **Como Lidar - O Hipster**. Intrínseca, 2016.

NUNES, Luísa C; GHIZZO, Marcio R. **Considerações sobre o comércio e consumo de moda na Vila Madalena, São Paulo- SP**. Maringá, v. 7, n. 1, p. 207- 228, 2015 Revista Percurso - NEMO

PEREIRA, S. L.; Borelli, S. H. Música “alternativa” na Vila Madalena: práticas musicais juvenis na cidade. **Revista Fronteiras**, Unisinos, 2015.

PEREIRA, S.L. Consumo e escuta musical, identidades, alteridades - reflexões em torno do circuito musical “latino” em São Paulo/Brasil. *Chasqui*. **Revista Latinoamericana de Comunicación**, 128(1):237-251.2015 Disponível em:

[http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1610/128\\_inf02](http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1610/128_inf02)

Acesso em: 12 jun 2018

POHELMUS, Ted. **Streetstyle; From the sidewalk to catwalk**. Thames and Hudson, London, 1997.

VEJA. Hipster, que diabo é isso? 2011 <https://vejasp.abril.com.br/cidades/moda-hipster/>

VERRI, Solange Whitaker. História imediata da Vila Madalena: uma análise das influências em 2012 da história cultural do bairro na década de 1980. USP, Tese Doutorado, São Paulo, 2014



VILA MADALENA: um bairro boêmio que vem mudando dia a dia. Disponível em <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,vila-madalena-um-bairro-boemio-que-vem-mudando-dia-a-dia,1609236>. Acesso em 18 maio 2019.

SQUEFF, Enio. **Vila Madalena: crônica histórica e sentimental**. São Paulo: Boitempo Editora, 2002.

