

## **CONSUMO DE MODA, CULTURA E CIDADE: UM OLHAR PARA A VILA MADALENA (SP)**

*Consumption of fashion, culture and city: a look at the Vila Madalena (SP)*

Nunes, Luisa da Conceição; Graduando; Universidade Tecnológica  
Federal do Paraná, cn\_lui@yahoo.com.br  
Ghizzo, Marcio Roberto; Doutor; Universidade Tecnológica Federal  
do Paraná, marcioghizzo@utfpr.edu.br

### **Resumo**

Este trabalho tem como finalidade correlacionar moda, cultura e cidade, mais precisamente uma reflexão sobre o consumo no bairro Vila Madalena na cidade de São Paulo (SP), e conseqüentemente o seu conceito em relação à moda. Espera-se conhecer aspectos sociais que poderão ser um meio de expressão para enriquecer os produtos e a criação de moda.

Palavras-chave: moda; consumo; pertencimento; cultura jovem; Vila Madalena.

### **Abstract**

This work aims to correlate fashion, culture and city, more precisely a reflection on consumption in Vila Madalena neighborhood in São Paulo (SP), and consequently the concept in relation to fashion. It is expected to know social issues that may be a means of expression to enhance the products and the creation of fashion.

*Keywords: fashion; consumption; belonging; youth culture; Vila Madalena.*

### **Introdução**

A cultura de consumo é um fenômeno social imbuído nas pessoas, tornando-as consumidoras de tal modo que esta prática faz parte de seu cotidiano. Com ela as pessoas tornam-se consumistas, e o consumo corrobora na formação da identidade das pessoas.

Para a relação entre a cultura de consumo e a moda há necessidade de apropriar-se dos conhecimentos do design, da sociologia e da história da moda, que auxiliam em seu constructo e no desenvolvimento de produtos de moda.

Estudar os aspectos culturais de determinado lugar e transpor este conceito nas roupas gerando um consumo simbólico, faz com que o design de moda tenha mais audácia ao criar peças de vestuário com interferências sócio-culturais. Conforme Miranda (2008, p.23) “O consumo como vocabulário

simbólico é mais do que uma prática individual, mas uma fonte rica para a ação social e interpretações compartilhadas ou compartilhar de interpretações”, ou seja, a cultura de consumo de moda não significa só a posse de um produto, mas a experiência dele.

Esta pesquisa é resultado parcial de Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O objetivo é compreender a relação entre moda e cultura, e as interferências artísticas, culturais e arquitetônicas que os lugares podem exercer, tendo como lócus de pesquisa a Vila Madalena (SP). O estudo parte de reflexões teóricas e se pauta em pesquisa de campo qualitativa durante os cinco primeiros meses do corrente ano, junto a consumidores de ambos os gêneros, escolhidos aleatoriamente, percebendo a importância de identidade e pertencimento social por meio de questionário e fotografias.

#### **Cultura, cidade e moda.**

A imagem faz parte fundamental de uma cidade e, também da moda, pois ajuda a construir o sujeito, ou seja, o homem deseja viver experiências novas, consumir imagens, simulacros e promessas.

No que tange ao consumo, ele abarca não só o produto, mas também a cidade e o modo de vida. Exemplo é a Vila Madalena, um bairro localizado em São Paulo (SP) e conhecido pelo aspecto boêmio e cultural; um lugar de múltiplas experiências para o visitante, proporcionando um consumo simbólico para além do “levar para casa”.

Conforme Featherstone (2007, p.137) “A cidade pós-moderna, portanto, está muito mais consciente de sua própria dimensão imagética e cultural: ela é um centro de consumo cultural, tanto quanto de consumo geral...”, ou seja, retrata a multi experiência do usuário que vive na metrópole, pois além de consumir a cultura, ele também desfruta das atividades de lazer da cultura de massa.

Importa fazer um esforço para perceber a moda em conjunto com a cidade, como um corpo interagindo de forma simultânea. Villaça (2012), em

seu estudo sobre moda e cidade, ressalta a importância de a cidade ser vivenciada, tornando-se outro corpo.

A moda é grande expressão da estética moderna que resulta, entre outros, nas famosas “tribos” que deixam traços em ambientes urbanos, como a arte de rua (grafite) da Vila Madalena, publicizando a caracterização dos indivíduos, da arte e do local.

### **Moda e cultura na Vila Madalena**

A Vila Madalena é caracterizada como um “ambiente cultural”, por meio de seus eventos diurnos e noturnos, cujo meio social é representado pela boemia paulistana e é influente no campo cultural e também na moda.

É importante considerar que a Vila é composta por um público diversificado e despojado, que traduz uma pluralidade cultural devido, entre outros, aos amantes pelo grafite (Figura 1).

Figura 1: Beco do Batman – a autora, 2014



O estilo da maioria das pessoas que frequenta o bairro é alternativo, ou seja, é uma moda não convencional, caracterizando a identidade de cada um, (Figura 2), há diversidade de estilos dos consumidores e de classes sociais, além de artistas que frequentam devido aos bares, galerias de moda e arte.

Figura 2: Frequentadores do bairro Vila Madalena – a autora, 2013.



Quanto aos looks mais usados, destacam-se as estampas e os acessórios que completam a composição. Não há uma rigidez no tipo de indumentária, mas uma flexibilidade que permite o consumidor expressar sua identidade, conforme Figura 3.

Figura 3: Frequentadores da Vila Madalena (<http://streetstyle.com.br/index/tag/vila-madalena>)



O jeito descolado torna-se paisagem oficial da Vila Madalena e identidade que marca seus frequentadores. Afinal, as pessoas se sentem à vontade para expor tatuagens, roupas personalizadas e todo tipo de exotismo referente à moda.

Na pesquisa de campo realizada, os relatos mostraram que os consumidores percebem a Vila como um bairro cultural, artístico e boêmio; e a

atração centra-se na moda, na cultura, no grafite e nos bares; a entrevistada 3, por exemplo, afirma “(...) Depois que comecei a explorar a Vila Madalena (...), comecei a ver realmente o que a Vila tem de melhor: a efervescência cultural, o grafite, as artes plásticas, hostel e seu contato com gente do mundo todo”; o entrevistado 5 confirma a identidade do bairro, “(...) Há de tudo no bairro, todas as tribos o frequentam”.

## CONCLUSÃO

Relacionar moda com vida urbana é uma tarefa desafiadora. Porém, não há como desvincular estes elementos, pois a moda é imbuída de aspectos culturais, presentes nas cidades e encontrados com abundância na Vila Madalena.

Há de se considerar a íntima relação entre moda e Vila Madalena, destacando a influência do colorido e do grafite no vestuário que as pessoas usam ao frequentar o local.

Para o design de moda, torna-se essencial este tipo de percepção, pois permite criar coleções que vinculem moda com urbano, numa relação de pertencimento. Afinal, a moda é uma das formas do homem se comunicar, transmitindo símbolos que expressam marcas de sua identidade.

## REFERÊNCIAS

- AFONSO, Décio Justo. **Vila Madalena: história, fatos e fotos**. São Paulo: Nativa, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**; tradução Carlos Alberto Medeiros. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- DANTAS, Vanessa Pinheiro. **Vila Madalena: Imagens e representações de um bairro paulistano**. 2008. 159 f. Dissertação (Mestre) – Universidade Anhembi Morumbi – Anhembi Morumbi, 2008.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- LAVIER, James. **A roupa e a moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- LIPOVESTKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades Modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda:** a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

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

STREETSTYLESP. Disponível em: <<http://streetstylesp.com.br/index/tag/vila-madalena/>>. Acessado em 22/01/2014.

VILLAÇA, Nizia. **A Periferia Pop Na Idade Mídia.** Rio de Janeiro: Faperg, 2013.