

## Rua Augusta: juventude e sociabilidade no espaço urbano (1968 - 1973)

MAÍRA ZIMMERMANN\*

Este artigo apresenta parte de meu projeto de doutorado, iniciado no primeiro semestre de 2011, no programa de História, na área de Política, Memória e Cidade, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), cujo tema aborda o desenvolvimento de um estilo de vida jovem nos Brasil entre os anos 1960 e 70. Os argumentos desenvolvidos neste texto não tem o caráter de serem conclusivos e indicam questões a serem aprofundadas ao longo do desenvolvimento da pesquisa para a tese.

A ideia de pesquisar esse tema deu-se a partir de minha dissertação de mestrado, *Jovem Guarda além do iê-iê-iê: estilo de vida jovem nos anos 1960*<sup>2</sup>, na qual abordei a construção de um estilo de vida jovem no Brasil dos anos 1960, que, aliado à estreia do programa de TV *Jovem Guarda*<sup>3</sup> (1965-1968), liderado por Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa, convergia com o esforço da indústria cultural nacional em criar ídolos *pop*, com inspiração no modelo britânico difundido pelo *pop/rock* internacional norteados pelos Beatles. Com o propósito de melhor compreender a formação do mercado consumidor adolescente, associado ao início do *prêt-à-porter* no Brasil a partir dessa época, foi necessário, portanto, rever certos acontecimentos de uma sociedade que já havia passado por transformações materiais acentuadas, decorrentes da política nacional desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek, desde 1950. Nesse contexto, também com o intuito de estudar o nascimento de uma cultura juvenil ligada a símbolos de rebeldia na sociedade brasileira, foram examinados dois aspectos, o comportamental e o mercadológico, em matérias jornalísticas das revistas *O Cruzeiro*, *Realidade*, *Manchete*, *Intervalo*, *Contigo* e *Claudia*, observando-se os anúncios publicitários que continham referências diretas ou indiretas à *Jovem Guarda* no Brasil.

---

\* Doutoranda em História (Unicamp, área: Política, Memória e Cidade), mestre em Moda, Cultura e Arte (Senac) e graduada em História (UFSC).

<sup>2</sup> Desenvolvida no programa Moda, Cultura e Arte, do Centro Universitário Senac, sob orientação da prof<sup>a</sup>. Dra. Maria Cláudia Bonadio, defendida em maio de 2009, e que contou com o apoio da Capes

<sup>3</sup> O programa *Jovem Guarda* realizou-se no auditório da TV Record, localizado na Rua da Consolação, hoje número 2036, entre 1965 e 1968. .

Naquele trabalho, também foi possível perceber o papel social do traje como forma de comunicação não-verbal (ECO, 1989:7-20), em um momento social em que jovens utilizavam comportamento e roupas rebeldes para demarcar sua individualidade. A partir das mudanças materiais ocorridas desde o segundo pós-guerra – principalmente aquelas vinculadas ao novo ciclo de desenvolvimento industrial e às medidas sociais do “*welfare state*”<sup>4</sup> –, testemunhar-se-á a adolescência como faixa etária diferenciada, constituindo-se como categoria social distinta (GROPPO, 2000:7), beneficiada com o que pode ser chamado, segundo Eric Hobsbawm, de uma revolução social e cultural, acontecida a partir de 1945 (HOBBSAWM, 1995: 282-362).

Em geral, estudos sobre cultura juvenil dos anos 1950, 1960 e 1970 se detêm muito pouco ou apenas superficialmente sobre a importante relação entre juventude e sociedade de consumo e juventude e espaço urbano. Pretendo, em minha pesquisa, buscarentender a relação entre a formação da cultura juvenil, cultura de consumo, e a ocupação do espaço urbano no Brasil, principalmente na cidade de São Paulo, tendo como foco a Rua Augusta e sua importância como local público de sociabilidade entre os anos de 1960 e 1970.

Partindo-se de uma perspectiva histórica, é possível constatar que o período da adolescência, como se conhece hoje em dia, começou a desenvolver-se, então, após a Segunda Guerra Mundial. O desenvolvimento de uma cultura juvenil, no contexto internacional, esteve intimamente relacionado com o desenvolvimento dos espaços urbanos como local de sociabilidade juvenil, como, por exemplo, a Rua *Carnaby Street*, parte da efervescência cultural da *Swinging London*<sup>5</sup>. São as *butiques*, para ambos os sexos, que nesse período trazem o que há de mais avançado para a época em se tratando de mercadoria, assim como o que há de mais ousado no que diz respeito à forma de

---

<sup>4</sup> De acordo com Helena Abramo, “De modo geral, historiadores e sociólogos concordam em apontar as mudanças ocorridas no pós-guerra – principalmente aquelas vinculadas ao novo ciclo de desenvolvimento industrial e às medidas sociais do *welfare state* –, como os fatores que criaram as condições para a configuração de uma nova condição juvenil”. ABRAMO, Helena W. *Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Scritta/Anpocs, 1994, p. 28.

<sup>5</sup> O termo *Swinging London* faz menção à onda de transformações culturais, abrangendo arte, música e, principalmente, moda, acontecidas na cidade de Londres, da metade dos anos 1960 à metade de 1970. Em 15 de abril 1966, a revista norte-americana *Time* publicou em sua capa: “*London: The Swinging City*”. Alistair O’Neill, em seu artigo “John Stephen: uma apresentação de masculinidade da Carnaby Street 1957-1975”, chama a atenção para a tendência de mitificação em associar o surgimento da *Swinging London* à publicação da *Time*. O’NEILL, Alistair. John Stephen: uma apresentação de masculinidade da Carnaby Street 1957-1975. *Fashion Theory*. Vol. I, n° 4, p. 119-138, dez. 2002.

tratar o público; as lojas tradicionais e a formalidade da moda dos anos 1950 não atendiam à demanda por inovação e por modernidade que a juventude buscava<sup>6</sup>.

No Brasil, a Jovem Guarda teve papel central na difusão de um estilo de vida jovem. Seus elementos representavam o ideal do jovem urbanizado, habitante de São Paulo, anunciada em revistas do período como a grande capital metropolitana, sinônimo de desenvolvimento.<sup>7</sup> No aspecto mercadológico, foi possível perceber, pela análise de anúncios publicitários nas revistas pesquisadas, que a indústria da moda absorveu rapidamente o estilo de vida jovem rebelde, lançando-o como tendência no mercado. A partir da metade dos anos 1960, as transformações internacionais que vinham ocorrendo na moda e a consolidação do sucesso nacional da Jovem Guarda acarretariam uma grande mudança na imagem estabelecida pela publicidade. Gradualmente, veríamos acontecer uma “juvenilização” dos anúncios publicitários. Assim como os gostos começariam a se alterar, em decorrência das mudanças na sociabilidade, os periódicos também passariam por mudanças; havia um novo público interessado em consumir um novo tipo de informação.

Percebendo, então, que havia um público jovem consumidor constituindo-se no Brasil e compreendendo que este fenômeno relacionava-se com a ocupação do espaço urbano como local de sociabilidade pelos adolescentes no contexto internacional, deparei-me com a necessidade de entender como esta relação aconteceu no Brasil.

Se a Jovem Guarda difundia um ideal de jovem urbano e modernizado, a Rua Augusta poderia constituir-se como campo para este crescente mercado. Instalada no meio do bairro Jardins<sup>8</sup>, esta rua comercial - considerada um dos pontos mais elegantes da

---

<sup>6</sup> As *butiques* do empresário John Stephen, considerado o “Rei da Carnaby Street”, bem como a *Biba*, da estilista Barbara Hulanicki, traziam roupas e lojas com *desing* inovador que agradava aos mais jovens. O’NEILL, 2002.

<sup>7</sup> De acordo com a revista *Manchete*: “No asfalto selvagem está a esperança e os brasileiros continuam afluindo para as grandes cidades, a fim de escapar à monotonia das pequenas comunidades rurais, fazer fortuna ou afinar-se com o ritmo do século XX [...]”. *São Paulo agora*. **Manchete**, julho, 1965, p. 52.

<sup>8</sup> A rua Augusta começa no bairro Consolação, passa pela Av. Paulista e termina na região conhecida por Jardins (na Rua Estados Unidos) que compreende os bairros: Jardim Paulista, América, Europa e Paulistano. Estes bairros foram projetados, a partir de 1915, por arquitetos ingleses contratados pela *Companhia Empreendedora City* como loteamentos voltados para o público com alto poder aquisitivo. PONCIANO, Levino. *Mil faces de São Paulo*: pequeno dicionário histórico e amoroso dos bairros de São Paulo. São Paulo: Editora Fênix, 2000, p. 79.

cidade<sup>9</sup>, funcionaria como local e vitrine de uma nova sociabilidade, um espaço de convivência, que propiciava, como espaço urbano, pela visualidade, condições de reconhecimento e identidade. Era um espaço a céu aberto, em que os jovens podiam passear, olhar as vitrines das *butiques*, namorar, dançar, fazer o *footing*<sup>10</sup>, enfim, um local para se “ver” e “ser visto”. Como afirma Castro, a respeito da identificação pela imagem em uma cultura juvenil:

A estética que se elabora na imagem parece, ao que tudo indica, poder ser como uma linguagem que impulsiona e favorece a formação de pequenos grupos ou tribos... A eficácia da aparência assume a função de identificar, de agrupar. Nas grandes cidades, em que os sujeitos se tornam anônimos na multidão, torna-se possível ser visível e reconhecido (CASTRO, 1988: 33).

No Rio de Janeiro de então, por exemplo, os jovens podiam fazer uso das praias como espaço de sociabilidade, cenário de maior liberdade, enquanto que em São Paulo a Rua Augusta, com seus 3.008 metros de extensão, 18 travessas, sendo cortada por uma das avenidas mais importantes da cidade, a Paulista, cumpria este propósito; ela era fechada aos sábados, transformando-se em um *boulevard* (RAGAZZO, 2005:11). Na Augusta e em seu entorno, o comércio de roupas e afins desenvolveu-se paralelamente aos locais de entretenimento, onde os jovens conviviam nos cinemas como o *Paulistano*, *Majestic*, *Picolino*, *Astor*, nas confeitarias, como a *Metro*, *Yara*, nos bares, como o *Escócia*, *Chez Moi*, nas lanchonetes como o *Frevo* e o *Frevinho*,<sup>11</sup> *Lancaster*, *Hot Dog*, nas boates, como a *Bilboquet*, nas *butiques*, como a *Pharafernália*, *Pandemonium*, *Mondo Cani*, *Drugstore*, *Kleptomania*, *Ao Dromedário Elegante*,<sup>12</sup> além da *Galeria Ouro Fino*. Destaco ainda a loja de discos *Hi-Fi*, em que era possível escutar os discos em cabines individuais e a *Livraria Cultura*, que trazia aos clientes diversos títulos internacionais, além da *Casa de Goethe*, espaço cultural que oferecia cursos de alemão, conferências, exposições, lançamentos de livros, etc.

---

<sup>9</sup> De acordo com matéria da revista Manchete, a Augusta “é a rua comercial mais elegante da América Latina”, pois lá você pode comprar um Rolls-Royce, um vestido Dior, um colar de diamantes, um *vison*, um Picasso e também um cachorro-quente. Idem, p. 67. Cleber Ragazzo, em seu livro sobre a Rua Augusta, reitera em depoimento a qualidade de “elegante” da rua. RAGAZZO, Cleber. *Rua Augusta* (1950/60/70): a calçada da glória. Digerati Books: São Paulo, 2005, p. 12.

<sup>10</sup> Idem, p. 11

<sup>11</sup> A lanchonete *Frevo* localizava-se, e ainda localiza-se, na Rua Oscar Freire, 603, enquanto a *Frevinho*, encontrava-se, e ainda se encontra, na Rua Augusta, 1553.

<sup>12</sup> A butique localizava-se na Rua Bela Cintra.

Na Rua Augusta os jovens paulistanos ou paulistas poderiam experimentar a sensação do ambiente urbano e “autêntico” das ruas, e era ali que poderiam começar a conviver como grupo, ocupando a Rua sem intenção aparente de ir a algum lugar ou fazer alguma coisa; estão simplesmente ali para “curtir o momento”. Como aponta Ted Polhemus, em relação à ocupação do espaço urbano vinculado à aparência, “*Just hanging around [...] All dressed up and nowhere to go. Doing nothing in particular*”.<sup>13</sup>

Uma constante no que diz respeito aos relatos sobre a Augusta é o automóvel, símbolo de *status* e de ascensão social a partir dos anos JK, utilizado pela juventude “transviada”. Não por coincidência, o carro foi, também, um dos maiores emblemas da Jovem Guarda. Por meio de uma ressignificação, passaria de símbolo do desenvolvimentismo e da estruturação familiar na década anterior a emblema de liberdade e de desprendimento dos valores tradicionais, servindo de espaço para namorar, burlar as regras de trânsito e promover o exibicionismo. Alguns anos antes (1955), o sucesso do filme *Juventude Transviada*<sup>14</sup> auxiliou na divulgação, por meio do personagem de James Dean ao volante, da imagem do jovem transgressor. Segundo Paulo de Tarso C. Medeiros,

Seja o calhambeque exótico e por isso atraente, sejam os automóveis grandes e indicadores da elevada posição social de seus possuidores, o carrão vai sempre reaparecendo: ora símbolo da ostentação, ora signo de independência e de uma certa agressividade, ora peça importante no jogo da sedução amorosa, ora companheiro e parceiro no elogio à solidão magoada (MEDEIROS, 1984:32-33).

Findo o mestrado, e diante da curiosidade aguçada por aquele estudo, resolvi pesquisar em arquivos de dissertações e teses de universidades de São Paulo (Unicamp, USP, Unesp, Puc), além de outros Estados (UFMG, UFRJ, UFRGS, UFSC, UDESC), a fim de verificar a existência de algum estudo sobre a Rua Augusta, não tendo neles encontrado publicações sobre este tema, salvo uma dissertação defendida em 2009, que apresenta uma etnografia contemporânea (anos 1980, 1990, 2000) sobre jovens frequentadores da Rua Augusta e adjacências da cidade de São Paulo (VEGA, 2009).

No decorrer de minha pesquisa do mestrado, encontrei fontes que reforçavam a qualidade mítica desta Rua Augusta dos anos 1960 e 1970 como epicentro da

---

<sup>13</sup> “Apenas curtindo, todos arrumados e sem lugar para ir. Sem nada para fazer”. Tradução livre. POLHEMUS, Ted. *Street style: from sidewalk to catwalk*. New York: Thames and Hudson, 1994, p. 6.

<sup>14</sup> RAY, Nicholas. *Rebel without a Cause*. EUA, 1955.

efervescência cultural deste período. Filmes, músicas e livros auxiliaram na difusão deste imaginário atrelado ao consumo e ao estilo de vida juvenil. Para esta nova pesquisa, estes itens funcionam como fontes auxiliares, já que representam um reflexo das transformações do período. Mesmo não pretendendo fazer uma análise fílmica, o fato de a Rua ser repetidamente retratada revela-se importante para este próximo estudo, sendo relevante, ao longo do doutorado, observar suas diferentes imagens nessas obras.

Na música, versos como “Entre na rua Augusta a 120 por hora/Botei a turma toda do passeio pra fora/Fiz curva em duas rodas sem usar a buzina/Parei a quatro dedos da vitrina [...]”,<sup>15</sup> da canção de Ronnie Cord, gravada posteriormente por Raul Seixas e pelos Mutantes,<sup>16</sup> expressavam uma juventude transviada, que, reunida em gangues, vivia em alta velocidade. Em relação ao cinema nacional, a Augusta chegou ao cinema popular de Mazzaropi, mostrando um conflito de geração e valores, no filme, de 1965, *O Puritano da Rua Augusta*<sup>17</sup>. Nesta história, Mazzaropi interpreta um pai de família conservador que vive a criticar seus filhos jovens por achar que estes não viviam de acordo com a “moral e os bons costumes”. Após sofrer um ataque cardíaco, muda sua maneira de viver, passando a se comportar como um típico jovem da época: muda seu cabelo, suas roupas e o gosto pela música e começa a frequentar o então reduto da juventude, a Rua Augusta. Além desta película, este espaço também foi abordado por Carlos Reichenbach no curta-metragem *Essa Rua Tão Augusta*<sup>18</sup>, de 1968, em que é possível perceber o cotidiano social ligado à cultura de consumo sendo apresentado de maneira irônica. Destaco ainda o filme *Beto Rockfeller*<sup>19</sup>, de 1970, inspirado na novela de mesmo nome exibida entre os anos de 1968 e 1969, pela TV Tupi. O ator Luiz Gustavo interpreta o personagem principal, o próprio Beto, um malandro que, por meio de pequenos golpes, tenta conviver com as classes de grande poder aquisitivo, utilizando a Rua Augusta como cenário para suas aventuras. Na literatura de ficção, destaco o romance *Rua Augusta*<sup>20</sup>, de Maria de Lourdes Teixeira, que, editado em 1962,

---

<sup>15</sup> O compositor da canção *Rua Augusta* foi Hervé Cordovil, que, em 1963, fez a letra para que seu filho, Ronnie Cord, cantasse.

<sup>16</sup> Os Mutantes gravaram a canção em 1972 e Raul Seixas em 1985.

<sup>17</sup> MAZZAROPI, Amácio. Brasil, 1965.

<sup>18</sup> REICHENBACH, Carlos. Brasil, 1968.

<sup>19</sup> PERROY, Olivier. Brasil, 1970.

<sup>20</sup> TEIXEIRA, Maria de Lourdes. *Rua Augusta*. São Paulo: Martins, 1968.

é ambientado na passagem da década de 1950 para 1960 e apresenta uma interpretação da juventude inspirada nos *beatniks*<sup>21</sup> da década de 1950, ligada ao jazz e rebelde.

Em revisão bibliográfica sobre o tema, deparei-me com uma única publicação: *Rua Augusta: a calçada da glória – 1950/60/70*, de Cleber Ragazzo, um então frequentador do espaço (RAGAZZO, 2005). Esta obra, de caráter memorialístico, funciona como fonte abundante de imagens e relatos sobre a Rua neste período e nela é possível encontrar referências a diversos estabelecimentos que lá então se encontravam, podendo tais dados servir de base para o aprofundamento da pesquisa.

Apesar de muito retratada em filmes e músicas, poucos são os dados oficiais sobre a origem do nome da Rua, bem como seu desenvolvimento. O site Dicionário de Ruas<sup>22</sup>, desenvolvido pela Divisão do Arquivo Municipal do Departamento do Patrimônio Histórico da Prefeitura de São Paulo, aponta que as primeiras referências encontradas sobre esta Rua datam do final do século XIX, mais precisamente 1875:

Naquela época, ela era apenas uma trilha de terra batida que começava na entrada da “Chácara do Capão” (altura da Rua D. Antonia de Queiroz) e seguia até o topo do “Morro do Caaguaçú”, local onde hoje se desenvolve a Av. Paulista. Alguns pesquisadores apontam para ela a primitiva denominação de “Rua Maria Augusta”. Porém, nada de oficial existe a respeito.<sup>23</sup>

Sobre a denominação “Augusta”, o site indica que, provavelmente, o português Mariano Antonio Vieira, responsável pela abertura da Rua, “não quis homenagear uma pessoa, e, sim, aplicar algo como um título de nobreza (ou adjetivo) ao chamá-la de 'Rua Augusta'”. Colabora para esta versão o fato de que o mesmo Mariano, ao abrir uma 'picada' no alto do morro do Caaguaçú, chamou este logradouro de 'Rua da Real Grandeza', hoje Avenida Paulista.<sup>24</sup>

É possível considerar que o desenvolvimento da Rua Augusta como polo cultural esteja relacionado com a emergência da região da Avenida Paulista como subcentro. Enquanto a atmosfera cultural durante os anos 1950 girava em torno do

---

<sup>21</sup> Grupo de jovens que intencionava fazer uma crítica social por meio de um pensamento literário. Seu principal expoente foi o escritor Jack Kerouac, que escreveu o livro *On the road*, no início dos anos 1950.

<sup>22</sup> <http://www.dicionarioderuas.com.br/>. Acessado em 04/08/2010.

<sup>23</sup> <http://www.dicionarioderuas.com.br/>. Acessado em 04/08/2010.

<sup>24</sup> Fonte: Legislação Municipal, Acervo do Arquivo Histórico Municipal e Vieira, Antonio Paim – “Chácara do Capão”, In “Revista do Arquivo Municipal”, Vol. CXVIII, S.P., Departamento de Cultura, 1952.

Masp e outros espaços culturais no centro (FRÚGOLI, 2006:118), nos anos 1960 este espaço transferiu-se para a Paulista, com obras<sup>25</sup> que impulsionaram vários outros empreendimentos comerciais na região como bares, boates, casas de moda, cinemas e teatros (FRÚGOLI, 2006:118). A partir do final dos anos 1950, “a Rua Augusta começou a atrair um comércio mais sofisticado, fixando-se como um novo centro de compras. [...] E logo se tornou o novo ponto de encontro da elite paulistana”.<sup>26</sup>

Entretanto, ainda hoje a Rua Augusta funciona como espaço de lazer e sociabilidade para os jovens, porém, não apenas aquele trecho “chique” dos Jardins. Podemos considerar a existência de diversas “Augustas”: a de um comércio popular perto da Paulista, do lado dos Jardins, a do comércio de luxo que migrou para a Oscar Freire, além das atrações culturais do que foi denominado pela imprensa de *Baixo Augusta*, com suas lojas “descoladas”, bares e casas de prostituição. Sua fama em muito relaciona-se com este trecho localizado do outro lado da Av. Paulista, mais próximo do centro da cidade, relacionado à cena *underground*. Seus bares e boates foram retratados, inclusive, no jornal norte-americano *The New York Times*, em matéria de 2009, intitulada *Crazy nights in São Paulo*.<sup>27</sup> Dessa forma, fica claro que uma Rua com tantas histórias para contar mereça ser ouvida. Por isso, a proposta deste projeto direciona-se a trazer à tona a memória de um local tão importante para a história das cidades não apenas no âmbito local como, também, nacional.

#### **Referências bibliográficas:**

ABRAMO, Helena W. *Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Scritta/Anpocs, 1994.

BRESCIANI, M. E. A cidade: objeto de estudo e experiência vivenciada. **Revista Brasileira Estudos Urbanos e Regionais**. V.6, N2, p. 9-26, Nov. 2004.

BRESCIANI, M. E. As sete portas da cidade. Espaço & Debates: **Revista de Estudos Regionais e Urbanos**. Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos, 1981, p. 10-15.

CASTRO, L. R. Estetização do corpo: identificação e pertencimento na contemporaneidade. In *Infância e Adolescência na Cultura do Consumo*. Rio de Janeiro: Nau, 1998.

---

<sup>25</sup> Como, por exemplo, o Conjunto Nacional, que no final dos anos 1950, foi escolhido para ser a nova sede da Confeitaria Fasano, que saía do centro da cidade para estabelecer-na na Av. Paulista. <http://centrosp.prefeitura.sp.gov.br/projetos/augusta.php>. Acessado em 03/08/2010.

<sup>26</sup> <http://centrosp.prefeitura.sp.gov.br/projetos/augusta.php>. Acessado em 03/08/2010.

<sup>27</sup> <http://travel.nytimes.com/2009/04/05/travel/05surfacing.html>

- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.
- ECO, Humberto. O hábito fala pelo monge. In: ECO, Umberto; SIGURTÁ, Renato et al. *Psicologia do vestir*. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989, p. 7-20.
- FRÚGOLI Jr., Heitor. *Centralidade em São Paulo*: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole. São Paulo: Cortez: Editora da USP, 2006.
- GROPPO, Luís Antônio. *Juventude*: ensaios sobre a Sociologia e História das juventudes modernas. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000.
- HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos*: o breve século XX 1914-1991. São Paulo: Cia das Letras, 1995.
- LEVI, Giovanni; SCHMITT, Jean-Claude. **História dos jovens**. Vol I e II. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seus destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- MEDEIROS, Paulo de Tarso C. *A aventura da Jovem Guarda*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo. Vol I e II: Necrose. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
- O'NEILL, Alistair. John Stephen: uma apresentação de masculinidade da Carnaby Street 1957-1975. *Fashion Theory*. Vol. I, n° 4, p. 119-138, dez. 2002.
- POLHEMUS, Ted. *Street style*: from sidewalk to catwalk. New York: Thames and Hudson, 1994.
- PONCIANO, Levino. *Mil faces de São Paulo*: pequeno dicionário histórico e amoroso dos bairros de São Paulo. São Paulo: Editora Fênix, 2000, p. 79.
- RAGAZZO, Cleber. *Rua Augusta (1950/60/70)*: a calçada da glória. Digerati Books: São Paulo, 2005.
- SAVAGE, Jon. **A criação da juventude**: como o conceito de *teenage* revolucionou o século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.
- SENNETT, R. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- SOUZA, Célia F. de e PESAVENTO, Sandra J. (org.). **Imagens Urbanas**. Os diversos olhares na formação do imaginário urbano. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1997.
- VEGA, Alexandre Paulino. *Estilos e marcadores sociais da diferença em contexto urbano*: uma análise da descontração de diferenças entre jovens em São Paulo. Dissertação de mestrado em Antropologia. USP, 2009.
- WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**. Lisboa: Edições 70, 1989.