

Live for the night: música eletrônica, tribos e consumo¹

Alice DOTE²

Marília CAMPOS³

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

O objetivo deste artigo é identificar os ideais que norteiam as relações de identificação e pertença da tribo clubber e relacioná-los aos ideais da sociedade de consumo, mediante a análise do videoclipe de *Live for the night*, do grupo de música eletrônica Krewella. Quanto à metodologia, o trabalho é de cunho qualitativo e apoia-se na análise de discurso. Os resultados apontam que a tribo clubber, seguindo a lógica das demais tribos, apoia-se em referências de consumo para o estabelecimento de suas identificações e relações de pertença, sendo a música eletrônica a sua mais forte forma de tradução. À guisa de conclusão, constata-se que a festa eletrônica clubber funciona como uma espécie de desdobramento da ordenação capitalista do dia, promovendo, através de uma proposta de suspensão dessa ordem, uma intensa celebração de seus ideais.

Palavras-chave: tribos urbanas; consumo; música eletrônica; tribo clubber; modernidade.

Introdução

A sociedade de consumo

A sociedade de consumo – manifestação mais explícita da Modernidade – caracteriza-se por uma crise dos valores e dos referenciais tradicionais, inaugurando a posição do indivíduo como autor de sua própria biografia. Segundo Kehl (2002), nas sociedades tradicionais, a coletividade não deixava possibilidades para o homem criar uma trajetória de vida baseada em critérios individuais. Na Modernidade, todas as certezas que a sociedade tradicional produziu foram abaladas e, assim, se antes o indivíduo já nascia com seu lugar no mundo predeterminado pela tradição e as questões fundamentais da existência já estavam respondidas, a sociedade contemporânea obriga-o a construir sua própria

¹ Trabalho apresentado no IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de Graduação 7º semestre do curso de Administração de Empresas da UNIFOR. E-mail: alicedote@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da UNIFOR e pesquisadora na área de Psicanálise, Arte, Cultura de Consumo e Subjetivação. E-mail: mariliacampos@unifor.br.

narrativa biográfica, a se autogerir e responder às suas próprias questões (ROCHA, 2005). A Modernidade inaugura, assim, o individualismo, privilegiando o indivíduo em detrimento da comunidade (LIPOVETSKY, 2004).

A liberdade do indivíduo moderno, no entanto, apresenta outra face – a do desamparo. Entregues à liberdade em um universo de escolhas infinitas, os indivíduos não sabem como usufruir dela. É o consumo que vai responder e direcionar essa questão, ao desempenhar o papel de produtor de referências para o indivíduo contemporâneo: suas identificações estão sustentadas pelo consumo de objetos que se articulam na composição do eu como marca identitária privilegiada destinada a uma apreciação estética (COUTINHO, 2001). Na verdade, pode-se dizer que a identidade é o verdadeiro objeto do consumo (ROCHA, 2005). É através do consumo, e das inúmeras opções de escolha traduzidas pelas identidades *prêt-à-porter*, ou seja, identidades prontas para o consumo, que o indivíduo torna-se indivíduo (ROLNIK, 1997).

De acordo com Bauman (2007), por essa sociedade de consumo ser regida pelas leis da mercadoria, esse é o tempo, também, do desaparego, da provisoriedade, do obsoletismo – valores que se estendem a todas as relações que se estabelecem na sociedade de consumo. Por conta disso, a aceleração surge como uma das características mais fortes e cruéis da Modernidade: “cutucada pelo horror da expiração (...), a necessidade aqui é de correr com todas as forças para permanecer no mesmo lugar, longe da lata de lixo que constitui o destino dos retardatários” (BAUMAN, 2007, p.9-10).

O indivíduo contemporâneo tenta escapar do descarte, apoiando-se em sua liberdade de escolha para atualizar suas identificações e garantir suas relações de pertença. Nesse momento, “predominam os valores individualistas do prazer e da felicidade, da satisfação íntima, não mais a entrega da pessoa a uma causa, a uma virtude austera, a renúncia de si” (LIPOVETSKY, 2004, p.23). O imperativo do gozo⁴, na sociedade de consumo, condena a felicidade “ordinária”, bem como a estagnação de quem não acompanha o ritmo dessa superfesta.

⁴ O conceito de gozo é tratado, no presente trabalho, a partir da perspectiva da psicanálise, para a qual o gozo não remete ao prazer orgástico, mas é a energia que se desprende quando o inconsciente trabalha, garantindo a repetição (ou a compulsão à repetição). No gozo, se vivencia uma tensão máxima, mescla de embriaguez e estranheza. O gozo é o estado máximo em que o corpo é posto à prova – por isso, diz-se que, no gozo, o indivíduo é apenas corpo. (NASIO, 1993)

As tribos urbanas

Nesse contexto, as tribos urbanas surgem como uma forma privilegiada de sociabilidade, uma possibilidade, ilusória ou não, de construção de referenciais identificatórios e de pertença, por um lado, e, por outro, de fruição e ordenação do tempo presente (MAFFESOLI, 1998). Segundo Bauman (2003), é precisamente quando a comunidade entra em colapso que a necessidade de construção da identidade individual surge. Nas tribos, a precariedade e a vulnerabilidade das identificações individuais apoiam-se na formação de identidades comunitárias, também instáveis, mutáveis, fracas e efêmeras, mas, ao menos, vividas em conjunto. Nessa nova forma de sociabilidade, o narcisismo individual cede lugar ao narcisismo grupal: manifesta-se uma urgência de tornar-se único e, simultaneamente, par. Dá-se, aqui, um pretense abandono provisório do sujeito e do individualismo em nome da identidade coletiva e da indiferenciação, que adquire mais força o quanto mais é repartida ou copiada (COUTINHO, 2001). Ser diferente de alguns sendo igual a outros é a máxima do individualismo contemporâneo – o individualismo qualitativo (SIMMEL, 1998).

A identificação e a pertença à tribo são determinadas não por referenciais políticos e ideológicos, mas por referenciais estéticos e de consumo. De acordo com Maffesoli (1998, p.139), a tribo “manifesta-se, de preferência, através dos estilos de vida que vão privilegiar a aparência e a forma”. A lógica da identificação, para a qual é necessária sempre uma relação, ou seja, uma imagem de si perante o outro, alia-se à ética da estética, evidenciando que “quanto mais se avança mascarado, mais se fortalece o laço identitário” (MAFFESOLI, 1998, p.198). Dessa forma, a identificação do indivíduo a um estilo de vida, partilhado na especificidade de referenciais simbólicos e marcadores imaginários, no conjunto de bens, roupas, práticas, experiências e disposições corporais, promete a inserção em um momento histórico-cultural de desamparo (FEATHERSTONE, 1997).

A música eletrônica e a tribo clubber

As indústrias da cultura e da diversão ocupam um espaço privilegiado no contexto das tribos, sendo a música o ponto de conexão entre várias formas culturais que, juntas, produzem uma nova forma de sociabilidade. No caso da tribo clubber, essa sociabilidade foi tecida em torno da ideia de vanguarda estética, que ainda garante ganhos de distinção,

do desejo de destaque na linha evolutiva da tradição contra cultural da juventude ocidental, e da ilusão de pertencer a um circuito simbólico de produção internacionalizada na raiz (AB’SABER, 2012).

A música eletrônica, surgida no final dos anos 70, nas boates de Chicago, e consolidada como música experimental e de pesquisa em Londres e Berlin nos anos 80, originou a tribo clubber, caracterizada por uma “organização estratégica de tecnologias, envolvendo música, química e computadores” (AB’SABER, 2012, p.14). A utilização do espaço virtual e da tecnologia nos novos instrumentos tornou prescindível, na música eletrônica, o conhecimento em teoria musical e os grandes investimentos em produção, bem como foi abandonada a ideia de hierarquia entre os produtores musicais. Por ser uma obra inacabada, manipulável e contínua, a música eletrônica não tem autor – ou tem diversos autores – e propõe uma forma de identificação e diferenciação democrática e acessível: “Quando tudo falhar, toque tecno. É irreconhecível, anônimo, e todos acharão você um máximo” (PARTY..., 2003).

Essa forma particular de identificação e diferenciação parece estender-se, também, ao capital estético. O universo particular clubber de novidade, exotismo e liberação sexual permite tudo à imagem criativa – e, necessariamente, construída pelo exagero: “não importa como você parece. Digo, se você tem uma corcunda, apenas jogue glitter nisso, querido, vá dançar!” (PARTY..., 2003). Nesse sentido, o espaço da noite é democrático e inclusivo, marcado por condensações e deslocamentos simbólicos: a construção de uma imagem lúdica de si guarda a esperança, de algum modo, de contato humano, ligação e igualdade, diante do mundo fixo e separado. A contracultura gay teve, nesse contexto, um papel importante no surgimento e na consolidação da cena clubber: o imperativo de gozo e o discurso de liberdade originam-se em um lugar próprio da contracultura gay e estendem-se aos frequentadores dos clubes noturnos, que, ligados à música, à arte e à moda, apropriavam-se dele como prova de seu mundo livre de rótulos, um mundo no qual as identidades sexuais poderiam conviver em harmonia, integradas a um único ideal estético de espetáculo, construindo um “mundo cheio de cor onde todos poderiam brincar. Uma grande festa que nunca acaba” (PARTY..., 2003).

De acordo com Ab’Saber (2012, p.56), o capital estético da noite é o “de um mundo que nunca dorme: alucinação, carnaval eterno, imaginário bizarro e adolescência sem fim, corpo em gozo extremo”. Seu código de estética dita criatividade em forma de cor, couro, látex, brilho, maxi tudo, *high-low*, modificações corporais – em suma, “montação”

exagerada. O excesso não só é estimulado e permitido, como imperativo para o corpo em espetáculo, suporte da imagem da (auto) propaganda, causa e efeito da comunicação na tribo clubber.

Esse espetáculo do eu, “afirmação de toda vida humana como simples aparência” (DEBORD, 1997, p.16), tem, na tribo clubber, um local por excelência para acontecer: a boate, onde tudo é desenvolvido de forma a incitar e potencializar as inúmeras experiências sensoriais e estéticas. Nesse espaço, deve-se não só fazer parte do show, mas fazer a sua parte no show, com o devido exagero e exuberância (FRANÇA, 2006).

O videoclipe *Live for the night*

Com o intuito de identificar os ideais que norteiam as relações de identificação e pertença à tribo clubber e relacioná-los aos ideais da sociedade de consumo, analisar-se-á o videoclipe⁵ de *Live for the night*, de 2013, do grupo de música eletrônica Krewella. O videoclipe é uma forma privilegiada de consumo do artista musical, por unir apelos visuais e auditivos. Por ser um gênero audiovisual mediador de linguagens, permite uma relação mais livre entre o sonoro e as possíveis traduções em forma de imagem que a música suscita – é exatamente aí que é criada sua dimensão imagética (CORRÊA, 2008). Pode-se compreender, portanto, que o videoclipe permite a visualização do cenário onde a canção se desenvolve e, ao percorrê-la, conjuga-a com outras formas culturais, envolvendo novas referências que vão além das musicais e trazendo à tona questões de ordem estética e de consumo, como ressalta Brandini (2006): os videoclipes tornaram-se um novo referencial para a apreciação estética da música e uma nova forma de oferecer o produto ao consumo. A escolha desse videoclipe deu-se por conta do espaço privilegiado que o grupo Krewella ocupa no cenário eletrônico mundial e da representatividade que sua produção artístico-cultural tem para a tribo clubber. *Live for the Night*, um de seus hits, é bastante emblemática dessa produção, como o próprio nome sugere.

Para a análise do videoclipe, elegeu-se a técnica da análise de discurso, que concebe a linguagem como mediação entre o homem e a realidade social do meio em que está inserido. A análise do discurso foi originada pelo interesse em aprofundar estudos e conhecimentos no sistema linguístico, na produção de sentidos e significados, considerando o contexto em que está articulada a enunciação (ORLANDI, 2003). Ressalta-se, ainda, que

⁵ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=0mVck88W01I> >. Acesso em: 10/05/2016.

não se interessa exclusivamente pelo que o texto diz, pois não é uma interpretação semântica de conteúdos, mas sim como e por que o diz e mostra: “Os sentidos não estão só nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos” (ORLANDI, 2003, p.30).

Nesses termos, a imagem é também uma das formas de comunicação com o outro, com a sociedade. O caráter de representatividade da imagem sustenta a sua possibilidade de leitura e reafirma o seu status de linguagem. A imagem também pode ser percebida como discurso, e cabe à análise de imagem compreendê-la como produto comunicacional (COUTINHO, 2005). Assinala-se, ainda, que através da análise do videoclipe e das relações identificadas entre letra-som, letra-imagem e letra-som-performance é possível analisar não só a música, mas contemplar uma dimensão contextual mais ampla e os ideais atrelados a ela.

Resultados e Discussão

O videoclipe de *Live for the night* apresenta, em sua primeira cena (figura 1), uma noite urbana comum, na qual um casal, ainda que próximo fisicamente, não interage entre si, priorizando o ambiente virtual dos seus aparelhos, que, por suas expressões, também não parece satisfatório. Pode-se perceber, nesse casal, certa atitude *blasé* típica dos tempos modernos: tudo soa a eles indiferente, desprovido de novidade e substância (SIMMEL, 1973).

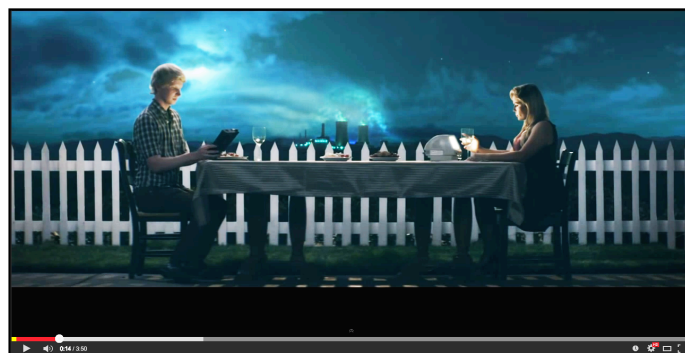


Figura 1

A imagem seguinte (figura 2) apresenta os componentes do grupo Krewella em um cenário distinto, onde as luzes, o ritmo da música e a dança performatizada seduzem como um convite do grupo à festa, traduzido em som e imagem. A hiperestimulação surge, aqui,

como um antídoto para a atitude blasé. A letra da música⁶ explicita, nesse momento, a ordem do grupo: “Eu vou fazer o que eu quiser, não importa / Eu vou com tudo até o amanhecer, a noite toda” (YOUSAF, 2013). Como se pode perceber, o imperativo de gozo, a valorização do presente e a transgressão caminham juntos na tribo. De acordo com Coutinho (2001), a tribo é o espaço de transgressão e do proibido, porque as leis de permissão e proibição organizam-se exclusivamente através da cumplicidade mútua experimentada pelos seus membros. O ritmo da música, que acelera, dá o tom a esse discurso, que se torna cada vez mais irrefragável.

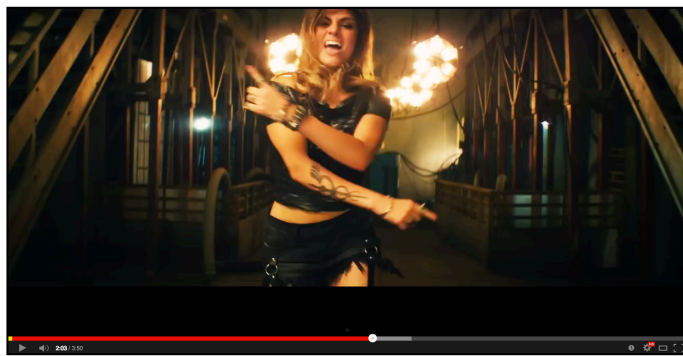


Figura 2

A imagem que segue (figura 3) apresenta o ponto crucial do videoclipe: o grupo rompe os cabos de energia elétrica da cidade – que, aqui, é entendida como uma imagem metafórica da realidade. A cidade apagada é a realidade negada. A festa surge, então, como espaço de suspensão, ao qual os indivíduos dirigem-se seduzidos pela música eletrônica que, ao convocar todos os corpos, conduz cada um, sozinho na ausência de linguagem, biografia e densidade, a um destino vazio de sentido (AB’SABER, 2012). O encontro na imagem, e apenas ele, torna-se a nova ordem ritual da noite clubber. Os indivíduos não estabelecem relações além do estar-junto – o que caracteriza as relações estabelecidas na tribo, marcadas pela fluidez e dispersão, uma vez que têm, como única razão de ser, a preocupação com um presente vivido coletivamente (MAFFESOLI, 1998).

⁶ Letra na íntegra: “*I live for the night, I live for the lights / I live for the high 'till I'm free falling / I am tryna holla / Got that ink up on my collar / Drink until it's nothing / Isn't whiskey, I don't bother/ My bitches ain't no dimes, they be mothafuckin' dollars / So we stack our drinks up high / Skyscrapin' 'till we taller / Ring ring, hit that up, show that universal love / If you bleed that red blood, dance until you get enough / I'mma do what I want, whatever / I'mma rage 'till the dawn, all-nighter / Don't hold your breath / You know I'll sleep when I am dead / Killin' off the weaker, welcome to the final feature / My head is in the clouds / You can say that I'm a dreamer / But I bang it super loud, turn that bitch into a screamer.*” Disponível em: <<http://www.vagalume.com.br/krewella/live-for-the-night.html>>. Acesso em 10/05/2016.

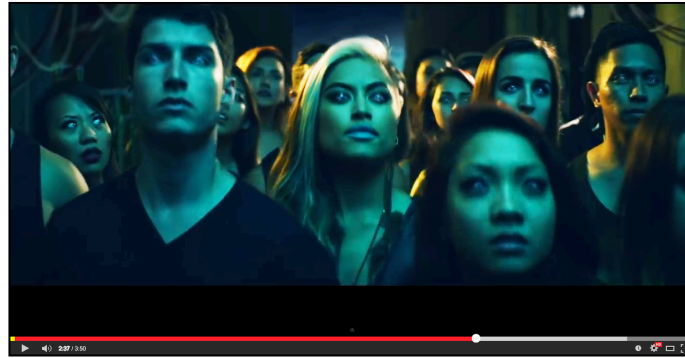


Figura 3

O ápice da noite tem lugar na festa (figuras 4, 5, e 6), palco das práticas clubbers por excelência. Nesse momento, o espaço é pura explosão de som e fúria. O que se pode identificar é a grande carga de experiência sensorial, que se utiliza da pulsão do todo apenas para potencializar o individual. A própria natureza da música eletrônica – uma música que não diz, mas que toca, e não necessita nem induz a uma compreensão comum – contribui pra essa nova forma de associação, uma associação de monólogos articulados (FORBES, 2013). A música eletrônica compreende uma experiência sensorial e estética sem compartilhamento, o que é evidenciado na dança que ela inscreve – através de pulos, olhos fechados, mãos para o alto e “bate-cabelo”, numa sincronia que só o ritmo de ápices contínuos determina, esse grupo é um todo de indivíduos sozinhos.

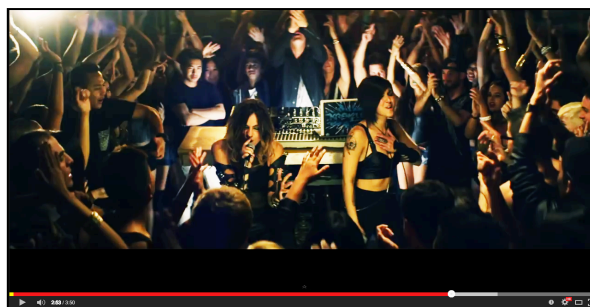


Figura 4

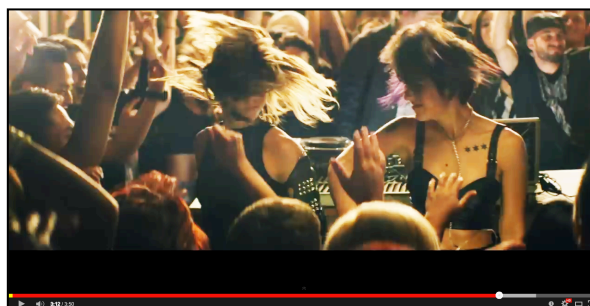


Figura 5

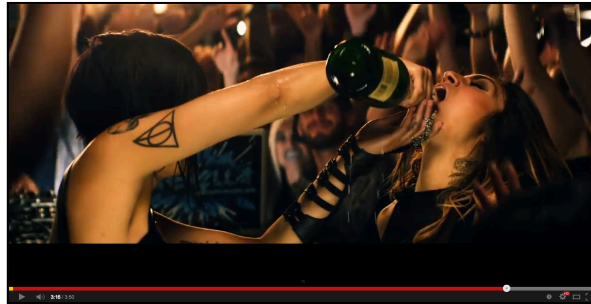


Figura 6

Aqui, pode-se perceber a relação entre a aceleração e a repetição pulsantes da música eletrônica e a aceleração da própria vida à qual o indivíduo está condenado: “se seu sangue é vermelho, dance até não poder mais” (YOUSAF, 2013). Não se pode parar: parar é não aparecer e, portanto, não pertencer e, finalmente, não existir. Essa condenação à aceleração e ao prazer, ao estético e ao próprio corpo é inerente à sociedade de consumo e ao universo de excessos hedonistas que o capitalismo produziu e promoveu. De acordo com Baudrillard (2010), o indivíduo encontra-se assolado pelo medo de falhar qualquer coisa, de não obter qualquer prazer, por isso importa experimentar tudo – resistir poderia significar a exclusão do êxtase máximo: “acabando com os mais fracos, bem vindo à atração final” (YOUSAF, 2013).

Na tribo clubber, isso radicaliza uma direção de experimentação imperativa, sem objetivo de alcançar necessariamente algo maior. Há uma pulsão orientando a busca de um prazer que não se sabe o que é nem onde será encontrado: “bebo até não restar nada / Não é uísque, não me importo / (...) Então empilhamos no alto nossas bebidas / Como arranha-céus até ficarmos mais altos” (YOUSAF, 2013). A diversão dionisíaca e a drogadição – prática na qual as possibilidades de gozo se concentram – mostram-se práticas de exceção que desejam tomar o palco de toda a vida. Por isso, o espaço da festa é especialmente construído de forma a garantir o lugar privilegiado dessas vivências como garantia e promessa de suspensão:

“Sempre chega-se – e a música com seus ciclos repetitivos e desgastantes é motivo disso – ao momento do grande tédio: do muito pouco de experiência que aquela ordem de experiência produz. (...) Esse momento de vazio, da constatação da pobreza de sentido daquilo tudo, é o momento necessário para que algo aconteça. É o momento da droga. Existe todo um jogo excitado ao redor da sua aparição. (AB’SABER, 2012, p.105)

“Não sou viciado em drogas, sou viciado no glamour” (PARTY..., 2003). Ficar “alto” não é apenas opção, mas uma evidente ânsia de suspensão dos indivíduos. Por um lado, essa ânsia de suspensão fez com que, pela primeira vez na cultura ocidental, a drogadição alcançasse um caráter global de prática social coletiva, normativa, necessária, positiva, dócil e funcional, bem localizada na vida social, o que é reforçado pela sua imagem *glamourizada*, um dos suportes do capital estético clubber. Por outro, essa ânsia estabelece uma experiência limítrofe, uma estreita relação entre vida e morte (AB’SABER, 2012). Então, para garantir sua existência, o indivíduo clubber a transfere inteiramente para a noite, que, com todas as suas experiências-limite, se tornou o “agora mais pleno de significado” (AB’SABER, 2012, p.16). Quanto mais extremo o prazer, mais vivo se sente: “você sabe, vou dormir quando estiver morto” (YOUSAF, 2013).

Ab’Saber (2012, p.55) defende que essa superfesta, na verdade, funciona como uma contracultura administrada, “o mesmo mundo do excesso do gozo e da impossibilidade de negatividade, próprio ao dia geral da produção capitalista avançada” – dia que ela própria gostaria de negar. A atmosfera de celebração geral tem, na noite do gozo eterno, apenas um retrato esrachado do universo capitalista feliz a que todos os indivíduos estão submetidos, em toda sua pulsão e urgência na busca de experiências que mascarem o profundo desamparo próprio da Modernidade.

Considerações Finais

Na sociedade de consumo, importa a infinitude, não a eternidade. O imediatismo, a aceleração e a velocidade são imprescindíveis para que o indivíduo possa acompanhar a vida que corre segundo o tempo dos objetos. A construção da narrativa biográfica do sujeito, que não é nada a priori, também é mediada pelo consumo, que atua como derradeira esfera da identidade: é através da posse ou não de determinados objetos, ou mesmo de identidades *prêt-à-porter*, que o indivíduo pode tornar-se alguém. As tribos urbanas surgem, aqui, como uma forma privilegiada de sociabilidade, ao permitir o compartilhamento de uma imagem e, portanto, de uma identidade. A tribo clubber, seguindo a lógica das demais tribos, apoia-se em referências de consumo para o estabelecimento de suas identificações e relações de pertença, sendo a música eletrônica a sua mais forte forma de tradução.

O presente estudo, ao empreender a análise do videoclipe *Live for the night*, observou que os referenciais simbólicos e os marcadores imaginários identificados são claramente aqueles em torno dos quais toma forma o estilo de vida dos indivíduos da tribo clubber, na noite da música eletrônica. Esses, por sua vez, guardam uma relação íntima com os ideais da sociedade de consumo, tecidos em torno do consumismo, do imperativo do gozo e da aceleração.

A tribo clubber e a festa da música eletrônica parecem funcionar, em última análise, como um dispositivo para negação do desamparo. É necessário – é forçoso – buscar prazeres extremos, que, ao expor os indivíduos ao limite, prometem suspendê-los de uma realidade – “ordinária” ou trágica – que não os agrada. Essa corrida desesperada em busca dessa suspensão é, no entanto, a expressão da dinâmica capitalista cotidiana: de anjos à cocaína, anestesiarse dessa realidade, em um contexto de impossibilidade de negatividade, é prática fundamental, compulsória e afinada com o princípio geral do hedonismo de sociedade de consumo. A festa da noite eletrônica não oferece contradição à ordem mais verdadeira do mundo, e, ainda que tente negá-la, acaba se tornando apenas um desdobramento e uma celebração da superfesta capitalista.

Diante dessa cultura de consumo, criativa e vazia, feliz e melancólica, ao ritmo de um tempo de som e fúria, cabe questionar quem, de fato, goza.

Referências Bibliográficas

AB’SABER, T. A. M. **A música do tempo infinito**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRANDINI, V. Panorama histórico – MTV Brasil. In: PEDROSO, M. G.; MARTINS, R. (Org.). **Admirável Mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CORRÊA, L. J. A. **Videoclipe**: potencialidade da experimentação de linguagens no campo do audiovisual. Dourados: Unigran, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2008/resumos/R11-0100-1.pdf>>. Acesso em: 05/05/2016.

COUTINHO, I. Leitura e análise da Imagem. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

COUTINHO, L. G. **Da metáfora paterna à metonímia das tribos**: um estudo psicanalítico sobre as tribos urbanas e as novas configurações do individualismo. Tese de Doutorado, PUC-RJ, 2001. Disponível em: < <http://carlosbernardi.net/Artigos/tribus.htm> >. Acesso em: 04/05/2016.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FEATHERSTONE, M. **O Desmanche da Cultura**: Globalização, Pós-Modernismo e Identidade. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

FORBES, J. **Você quer o que deseja?** 10.ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2013.

FRANÇA, I. L. **Cercas e Pontes**: O Movimento GLBT e o Mercado GLS na cidade de São Paulo. Dissertação (Pós-Graduação em Antropologia Social). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

KEHL, M. R. **Sobre ética e psicanálise**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

LIPOVETSKY, G. **Metamorfoses da cultural liberal**: ética, mídia e empresa. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

NASIO, J. -D. **Cinco lições sobre a teoria de Jacques Lacan**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

ORLANDI, E. P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2003.

PARTY Monster. Direção: Fenton Bailey, Randy Barbato. Fotografia: Teodoro Maniaci. [S.l.]: Strand Releasing, 2003. DVD (99 min), NTSC, color.

ROCHA, S. P. V. O homem sem qualidades: modernidade, consumo e identidade cultural. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 111-121, 2005.

ROLNIK, S. Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização. In: LINS, D. (Org.). **Cultura e subjetividade**. Campinas: Papirus, 1997.

SIMMEL, G. A Metrópole e a Vida Mental. In: VELHO, O. G. (Org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973. p. 11-26.

SIMMEL, G. O indivíduo e a liberdade. In: SOUZA, J.; ÖELZE, B. (Org.). **Simmel e a Modernidade**. Brasília: Unb, 1998. p. 109-117.

YOUSAF, Y. *Live for the night*. In: KREWELLA, *Get Wet*. Nova Iorque: Columbia Records, 2013. CD