

Individualismo ou era das tribos? Consumo e identidade no contexto da hipermodernidade

Lázaro Fabrício de França Souza

Departamento de Ciências Sociais e Política – UERN

RESUMO: Até que ponto, no contexto da "pós-modernidade" marcada por características de hiperconsumo, narcisismo e melancolia a sociedade mossoroense com seus trâmites e peculiaridades, desperta nos indivíduos o desejo evidenciado pelo hiperconsumo e como, por meio desse consumo demasiado, esses indivíduos buscam o prazer e a prevalência social, através do saciar dos seus desejos prementes e frustrações e como atuam os fatores de melancolia nessas relações de consumo e busca ao prazer são minhas questões precípuas.

Palavras-chave: Consumo, hipermodernidade, identidade.

É consenso entre diversas correntes e autores das Ciências Sociais que estamos diante de uma nova contextura social, que apresenta aspectos singulares quando comparada a outras épocas. A aurora dessa mudança de paradigma, que rompe com as manifestações da sociedade tradicional, suscitou a curiosidade e interesse da Ciência, em especial das Ciências Humanas. Uns a chamam de hipermodernidade (Lipovetsky), outros de capitalismo tardio (Mandel); Pós-modernidade e modernidade líquida (Bauman) também dão nome a essa nova ordenação social, para citar apenas algumas denominações. Nessa perspectiva, acho pertinente e oportuno referenciar de início o antropólogo Vanderlan Silva (2008, p. 19), que na introdução do seu livro "*Conflitos e violências no universo penitenciário brasileiro*", ao indagar-se acerca das principais características das sociedades capitalistas neste início de século XXI, inscreve que pluralidade e instabilidade são aspectos particulares de nossa época, ao tempo em que isso não constituiria nenhuma novidade no mundo ocidental, uma vez que desde o advento da Revolução Francesa, as mudanças no mundo têm ocorrido numa velocidade nunca antes vista no que tange aos nascimentos, transformações e desaparecimento de grupos e formas de relações sociais, assim como a emergência, mutações e concretizações de práticas e projetos institucionais. Segundo Bauman (2007, p. 07), eminente e prolífero sociólogo polonês que denota raciocínio análogo

'Líquido-moderna' é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir. A liquidez da vida e da sociedade se alimentam e se revigoram mutuamente. A vida líquida, assim como a sociedade líquido-moderna, não pode manter a forma ou permanecer em seu curso por muito tempo.

Fatores como a globalização e o poder midiático legitimado pela sociedade ratificam esse cenário, acredito. Essa sociedade de consumo pós-moderna objetiva a todo modo, incessantemente, intensificar a sensação de prazer e felicidade, mas de maneira fugaz,

criando uma estrutura de ação paradoxal, contudo perfeitamente lógica e consonante com sua ideologia, onde experimentamos de novas formas o tempo e o espaço buscando-se aproveitar sempre o “presente” em sua totalidade. As Ciências Sociais (a Antropologia e a Sociologia, principalmente) e a Filosofia, posso destacar, parecem ter sido as que mais se debruçaram no sentido de “debulhar” esses novos fenômenos e abordar essa nova tessitura social. David Harvey (2008, p. 45), com efeito, oferece uma significativa contribuição atestando que símbolos da pós-modernidade como os modismos e a promoção midiático-publicitária são partes de uma lenta transformação cultural emergente nas sociedades do ocidente, onde a ocorrência dessa metamorfose é indubitável. Para ele, num relevante setor de nossa cultura, há uma notável mutação na sensibilidade, nas práticas e nas formações discursivas que “distingue um conjunto pós-moderno de pressupostos, experiências e preposições de um período precedente”.

A despeito de todos os estudos e pesquisas já empreendidos, tento compreender a contemporaneidade por meio de prismas que, ao que me parece, ainda denotam certa obscuridade e requerem maiores esforços no sentido de compreendê-los e de aclará-los. O interesse pela pesquisa surgiu-me consonante com algumas leituras que fui fazendo ao longo de minha graduação e autores com os quais me deparei inesperadamente e amiúde, bem como de inquietações pessoais. Outrossim, por perceber que esforços nesse sentido e relacionados às questões levantadas ainda são exíguos no Brasil e mais ainda no Rio Grande do Norte. Mesmo ciente das dificuldades e entraves que podem surgir no itinerário da pesquisa, o resultado desse projeto pode vir a servir, junto a outras obras, como subsídio para outros pesquisadores, como fonte de consulta e meio de acesso aos temas estudados aqui; como um meio para entendermos a realidade que nos circunda e o complexo contexto social do qual partilhamos e somos parte ativa. Para tanto, utilizar-me-ei de uma abordagem interdisciplinar que tem o livre trânsito entre diversas áreas do saber, não ficando circunscrito a determinado segmento científico, mas, sim, buscando uma pluralidade intelectual que venha a suprir as demandas deste projeto.

Analisar, pois, como nossa sociedade, dotada de características narcisistas¹, suscita nos indivíduos os sentimentos de solidão e melancolia, e como se dá à busca a felicidade e ao prazer nos indivíduos que norteiam suas vidas almejando o saciar dos

¹ A noção aqui empregada do “mito de Narciso” difere da noção mais clássica, digamos assim, adotada. A exposição de Sodré (1990, p. 14) exemplifica essa noção: “... A atração espetacular por si próprio (pela imagem no espelho) seria, portanto, normal, inerente ao desenvolvimento da consciência subjetivada.” É pertinente frisar que a análise do Sodré e, mais adiante, do Freud tem uma conotação preponderantemente psicanalista/psiquiátrica e diz respeito ao desenvolvimento sexual humano. “O termo narcisismo deriva da descrição clínica e foi escolhido por Paul Näcke em 1899 para denotar a atitude de uma pessoa que trata seu próprio corpo da mesma forma pela qual o corpo de um objeto sexual é comumente tratado — que o contempla, vale dizer, o afaga e o acaricia até obter satisfação completa através dessas atividades.” (FREUD, Sigmund. *SOBRE O NARCISISMO: UMA INTRODUÇÃO*. Disponível em: <http://www.4shared.com/get/42402753/9286a441/Freud_-_Sobre_o_Narcisismo.html> Acesso em: 08/09/2008. Particularmente, prescindindo dessa visão. O “Narciso” da pós-modernidade enxerga-se no espelho do “outro”. Seu prazer, melancolia, desprazer ou angústia, provém do sucesso ou não de se perceber numa esfera acima do seu semelhante. (Ver p. 04)

seus desejos prementes e sua prevalência social por meio do consumo exacerbado e evidenciado nas práticas cotidianas, afora os outros já explicitados anteriormente, também surge como nosso escopo de pesquisa.

O sociólogo alemão Norbert Elias (1994, p. 17), em sua busca por elucidar a relação entre a pluralidade de pessoas que chamamos de “sociedade”, e da pessoa singular a que chamamos “indivíduo” e da pessoa singular com a pluralidade, cujo estudo e elucubrações desembocariam em seu livro “A Sociedade dos Indivíduos”, postula, em certa feita, que:

[...] somos incessantemente confrontados pela questão de se e como é possível criar uma ordem social que permita uma melhor harmonização entre as necessidades e inclinações pessoais dos indivíduos, de um lado, e, de outro, as exigências feitas a cada indivíduo pelo trabalho cooperativo de muitos, pela manutenção e eficiência do todo social.

Continua mais adiante:

Só pode haver uma vida comunitária mais livre de perturbações e tensões se todos os indivíduos dentro dela gozarem de satisfação suficiente; e só pode haver uma existência individual mais satisfatória se a estrutura social pertinente for mais livre de tensão, perturbação e conflito (Elias, 1994, p. 17)

Não obstante, o mesmo Elias explana sobre as dificuldades, um “abismo quase intransponível”, onde uma das duas coisas sempre “levaria a pior”. Isto posto, podemos inferir que ainda nos nossos dias perdura, de uma forma ou de outra, numa configuração mais ou menos análoga à analisada por Elias, um embate entre uma sociedade que busca uma equidade social, muitas vezes apenas demagogicamente, e indivíduos que buscam freneticamente um modo de vida peculiar, procurando denotar uma identidade singular, visando satisfazer seus desejos mais urgentes. Lipovetsky, filósofo francês, um dos estudiosos da contemporaneidade e de seus desdobramentos, enxerga essas características como marcas inconfundíveis da hipermodernidade², onde a oferta de produtos dá-se de forma permanente e em escala e intensidade jamais observadas. Lipovetsky observa que nesse universo dominado pelo mercado, novos modos de vida e costumes instituíram uma nova hierarquia de objetivos e uma nova relação do indivíduo com as coisas e o tempo, consigo próprio e com os outros. O mercado atua por meio de um processo de sedução ininterrupta, impelindo o indivíduo a um consumo cada vez maior. Lipovetsky (2005, p. 17) analisa de maneira perspicaz a questão da sedução na sociedade de consumo:

A sedução tornou-se o processo geral que tende a regular o consumo, as organizações, a informação, a educação, os costumes. Toda a vida das sociedades contemporâneas é doravante governada por uma nova estratégia que destrona o primado das relações de produção em proveito de uma apoteose das relações de sedução.

O hedonismo e o tempo presente tomaram lugar às expectativas do futuro, aos vínculos com o pretérito e às militâncias políticas. É a sociedade com características

² Gilles Lipovetsky é o criador das expressões “hipermodernidade” e “hiperconsumo”. Seus significados e características, na verdade, estão bem próximos dos conceitos de “pós-modernidade” ou, para citar Bauman, “Modernidade Líquida”, por exemplo. (Cf. LIPOVETSKY, 2004)

narcisistas e promotora do narcisismo de que falara Berlink (2008), dotada de alguns traços que caracterizam-na, como

o gosto pelo efêmero e a perda de referência temporal ao passado e ao futuro; a rápida obsolescência das qualificações para o trabalho, dos valores e das normas de vida e o prestígio do paradigma da moda; a competição como forma de constituição da identidade pessoal; o medo, gerado pela insegurança e pela competição; a perda da autonomia individual sob o poderio do “discurso competente” (a fala dos especialistas); a incapacidade para simbolização e o conseqüente fascínio pelas imagens e pela nova forma da propaganda e da publicidade, que não operam referidas às próprias coisas e sim às suas imagens (juventude, beleza, sucesso, poder) com as quais o consumidor deve se identificar,

conclui Berlink. Lipovetsky (2007) segue com conclusões congenéricas ao mencionar que essa sociedade além de ser alvo das elaboradas estratégias de mercado, onde as pessoas são estimuladas, de forma manipuladora, a consumir, ensejou um tipo de *homo consumericus*³:

Voraz, móvel, flexível, liberto das antigas culturas de classe, imprevisível nos seus gostos e nas suas compras e sedento de experiências emocionais e de (mais) bem-estar, de marcas, de autenticidade, de imediatidade, de comunicação.

Na sociedade de consumo pós-moderna os consumidores são primeiro e acima de tudo, parafraseando Bauman (1999, p. 91), acumuladores de *sensações*⁴ e colecionadores de *coisas*⁵, são “caçadores de emoções e colecionadores de experiências [...] percebem o mundo como um alimento para a sensibilidade [...] (Ibidem, p. 102 e 103). É a cultura do excesso, sustentada pela lógica hedonista e emotiva, capaz de engendrar em cada sujeito o desejo de consumo evidenciado na busca de emoções e de prazer, na superficialidade e frivolidade da expressão dos afetos. Surge então, destarte, a “Felicidade Paradoxal” exposta por Lipovetsky (2007), onde o *homo consumericus*, ao gozar de ampla liberdade face às imposições e ritos coletivos, veria sua autonomia trazer consigo novas formas de servidão, onde este seria refém de um mercado cuja finalidade precípua é a incessante oferta de novidades. Baudrillard (2005, p. 19, grifos do autor) corrobora a discussão acusando que:

Chegamos ao ponto em que o *consumo* invade toda a vida, em que todas as atividades se encadeiam do mesmo modo combinatório, em que o canal das satisfações se encontra previamente traçado, hora a hora, em que o *envolvimento* é total, inteiramente climatizado, organizado, culturalizado.

Podemos destacar outro fator interessante oriundo desta “sociedade do hiperconsumo”: a inclusão de camadas mais baixas da população, com menor poder aquisitivo, no mercado de consumo, como consumidores ativos. Esses indivíduos, objetivando a não marginalização e exclusão dos novos moldes sociais e alimentados pela tônica do hiperconsumo, amiúde sem condições suficientes ou sem poderio pecuniário que lhe permita usufruir do fulgor do consumo desenfreado e, portanto, de assegurar sua devida posição e status social, parte para a obtenção do que lhe convém através da feitura de atos ilícitos. Essa subversão pode ser identificada desde a compra de um produto falsificado até atos deveras socialmente danosos como roubos, assaltos, assassinatos e congêneres, perfazendo um aumento de criminalidade. Não se trata aqui

³ Grifo do autor.

⁴ Grifo do autor.

⁵ Grifo do autor.

de querer explicar de um modo reducionista o problema da violência e da criminalidade. Mostro que essa pode vir a ser apenas mais uma das conseqüências decorrentes do consumo na sociedade líquida e isso porque vivemos numa sociedade onde o consumo indica *status social* e serve como alavanca para um possível galgar de posição nesta. Busca-se com o consumo uma ascensão social, uma prevalência do eu, do ego através dos símbolos do *status*.

A despeito do que já explicitamos aqui, emerge desta “nova” sociedade, traços de melancolia e solidão. Não a esmo, vivemos a era da depressão, da melancolia e da solidão. Parte desses sintomas reverbera a partir da frivolidade com que são tomadas as relações sociais e afetivas.

Estar sozinho e estar isolado, apartado do outro por uma distância intransponível, são considerados sinônimos. Ao mesmo tempo, o relacionamento amoroso nos moldes românticos é desejado como o grande bem, a meta de felicidade que ofusca todas as outras, ou, ao contrário, repudiado, porque visto como fórmula de sofrimento, o que se traduz em condutas que passamos a chamar de insegurança, medo de envolver-se, de comprometer-se com o outro, de ser rejeitado. Assim, procura-se não se vincular a ninguém, trocando de parceiro antes que isto ocorra (Novaes de Sá et AL., 2006).

Essa seria a rigor mais uma das nuances dessa sociedade pós-moderna, a flexibilidade, e muitas vezes a superficialidade, com que são tomadas as relações afetivas. Em seu livro “*Amor Líquido*”, Bauman (2004) mostra que a tática ora em voga nos relacionamentos seria a de desfrutar de seus deleites evitando, concomitantemente, seus dissabores; forçar uma relação a permitir sem desabonar, apresentar como possível sem invalidar, satisfazer sem oprimir.

Numa outra perspectiva, percebemos o sentimento de ruína do indivíduo explicado pela sua impossibilidade de sentir-se valorizado, capaz de corresponder a sua idéia de eu perfeito e superior, ideal. Podemos, agora, explicar com maior clareza, após o exposto e com a citação da Berlink, o mito de Narciso e sua relação com a sociedade do hiperconsumo: o núcleo da sociedade narcisista, diz Berlink (2008):

é a necessidade do espelho, isto é, das imagens. O indivíduo da cultura do narcisismo é aquele que depende do espelho dos outros para validar sua precária ou inexistente auto-estima, traço que, como vimos, marca indelevelmente o melancólico. Ficando a sós consigo mesmo, cresce sua insegurança, pois ele precisa de platéia e admiração.

Vivemos, de fato, numa sociedade composta por indivíduos que vislumbram destoar dos seus semelhantes, onde para tal, buscarão os mais diversos meios e formas. Destoar, portanto, nas vestimentas, no comportamento, na personalidade, etc., aparece como algo profícuo e imprescindível na vida desses indivíduos. Não importa a maneira, desde que consigam chamar para si toda a atenção. Para tanto, chegamos a atuar, literalmente, como atores, criando um papel ou uma novela onde somos a estrela, o ator principal, ou ao menos vislumbramos ser. Sua procura alucinada pela “originalidade” é mais um advento das mensagens midiáticas, visando à sedução dos indivíduos, intensificando para isso as imagens do real, dando-lhe um caráter ainda mais pujante para que tornem-se eminentemente desejáveis. O que todos os indivíduos buscam, em verdade, é o “sentido de viver”, algo que faça jus a sua estadia no universo, a sua vida em sociedade. O fato de ter ou não sentido para a própria vida, pautará boa parte da conduta do ser e será também, dentre outros fatores e aspectos, responsável pelo estado

de solidão. No contexto tratado, o da sociedade do hiperconsumo, esse “sentido” pode ser encontrado no consumo desenfreado tentando minimizar as necessidades urgentes ou na proeminência social.

Outra abordagem que creio fornecer meios para compreender a realidade estudada é analisar a questão dos idosos, muito mais no âmbito ontológico que no social, e do medo da velhice na pós-modernidade. Cabe-nos, aqui, uma atenção especial à situação dos moribundos e velhos nessa sociedade engendrada por todos nós, indivíduos; a busca alucinada pela proficuidade de si tentando dirimir o esquecimento e o abandono será recorrente. Mostrar-se útil significa mostrar-se vivo e capaz, para si e para os outros. Contudo, vivemos numa espécie de paradoxo ininterrupto em nossas vidas, em nossa sociedade: não queremos ficar velhos, muito menos morrer jovens. O que nos é recorrente e fidedigno, porém, é o fato da finitude vital no processo intrínseco à própria vida, à nossa própria existência: morreremos prematuramente ou envelhecemos. Neste viés de raciocínio, o uso de cosméticos “milagrosos”, por exemplo, e o apelo a instituições médico-dermatológicas cresce mais e mais. Alguns indivíduos tomam isso como precípuo e pautam sua vida na tentativa exacerbada por procrastinar o envelhecimento. Não nos vemos – ou não nos permitimos ver – como velhos e moribundos por sabermos das condições a que estes são relegados e subjugados pela sociedade. Norbert Elias (2001) profere, postulando acerca dos velhos moribundos, que o estado frágil dessas pessoas na maioria das vezes é o suficiente para criar um abismo entre os que envelhecem dos vivos:

Sua decadência as isola. Podem tornar-se menos sociáveis e seus sentimentos menos calorosos, sem que se extinga sua necessidade dos outros. Isso é o mais difícil – o isolamento tácito dos velhos e moribundos da comunidade dos vivos, o gradual esfriamento de suas relações com pessoas a que eram afeiçoados, a separação em relação aos seres humanos em geral, tudo o que lhes dava sentido e segurança. Os anos de decadência são penosos não só para os que sofrem, mas também para os que são deixados sós. O fato de que, sem que haja especial intenção, o isolamento precoce dos moribundos ocorra com mais frequência nas sociedades mais avançadas é uma das fraquezas dessas sociedades. É um testemunho das dificuldades que muitas pessoas têm em identificar-se com os velhos e moribundos.

A distância que optamos por manter dos moribundos e velhos, de certo estreita relações com o fato de que, inconscientemente, vemos uma projeção futura de nosso próprio ser. A rejeição sofrida pelos idosos e seus respectivos medos têm suas dimensões dilatadas, em virtude do distanciamento paulatino ou abrupto da sociedade. O receio latente ou explícito da velhice e morte é o suficiente para criar em nós uma espécie de bloqueio ou barreira, um óbice, que nos impede de uma maior aproximação ou assistência aos que já estão em eminente velhice. Essa projeção que fazemos de nós mesmos ao nos depararmos com o que seremos no futuro, não consegue eclipsar, em generalidade, o sentimento de aversão para com os velhos e moribundos. Pelo contrário, o reiteira. O desprezo e, anteriormente, o receio à velhice e solidão, certamente suscitam o estado elevado de degradação da alma, do próprio ser, principalmente em sua esfera subjetiva. A partir daí, e levando-se em consideração a questão de nos vermos proeminentemente mais frágeis e desprovidos de autoconfiança, energia e vigor de outrora, na velhice é comum o ato constante de resignar-se, se sentindo impotente perante tudo e todos. Destarte, não vem a ser anômalo o almejo no que diz respeito à morte. Este seria um outro viés da análise, que antagonizaria com a outra forma de agir observada, a qual refere-se à busca alucinada pela proficuidade de si tentando dirimir o

esquecimento e o abandono também recorrente, fato já mencionado anteriormente. Somos impelidos ao distanciamento dos moribundos e a perpetuar a eterna beleza e juventude, o poder e o vigor de ser jovem. Através de mensagens midiáticas apelativas, tais conceitos são veementemente incutidos em nossa mente, em nossas entranhas.

Numa outra ótica, principalmente na dos indivíduos que não estão inseridos na lógica do hiperconsumo, vemos, amiúde, tais indivíduos ponderando suas ações e atitudes para que sejam consonantes e não causem perplexidade e indiferença em seus semelhantes. Arraigadas em uma cultura que trespassa o tempo, dita os valores e comportamentos, essas pessoas vêem-se diante do dilema da ação natural ou da artificialidade do agir visando à satisfação da sociedade e em menoscabo ao seu próprio âmago. Chega a ser trivial pautar suas ações pelo receio ou temor do “olhar diferente” e até da exclusão social. Não há uma preocupação, muito menos um respeito às alteridades. A instauração social de pré-estabelecimentos e dicotomias e a criação de uma conjuntura social baseada nesses preceitos perfazem um amálgama no qual o indivíduo, até em demasia, preocupa-se com o seu autopolicamento e com o viver condizente com a expectativa que a sociedade tem acerca dele. Somos coagidos pela própria sociedade que compomos, assim como também somos autores de coerção e sanções. Não adentrar profundamente na lógica do “terceiro estágio do capitalismo” e do hiperconsumo como assinalara Lipovetsky (2007), pode implicar constrangimento, escanteamento e aversão social.

Minhas ponderações também seguirão no sentido de perceber e analisar as novas formas de sociabilidade, dentro do contexto das sociedades e culturas de massa contemporâneas, pós-modernas, e de como se constituem as atuais formas de tribalismos (*neotribalismo*), que também será parte de nosso métier. Para isso utilizaremos *a priori* da perspectiva de Maffesoli, que enxerga o individualismo sendo substituído pela necessidade de identificação com um grupo, com uma tribo. Não se trata, pois, de uma nova cultura, afirma o sociólogo francês, mas de sua metamorfose como aspecto decisivo e factual.

O caminho para a consecução de meus objetivos como pesquisador será longo e árduo, não há dúvida. Mas o prazer proveniente da descoberta e do desafio me impele e energiza. Por fim, creio que o aferimento, pois, dos problemas constatados, bem como a pesquisa em si, tendo como objetivo cerne a formação de um arcabouço necessário para a reflexão e compreensão dos problemas expostos denotam a relevância do projeto ora em voga, incluindo-se aí a forma como tentarei atinar de que forma se dá todo esse processo e quais as implicações deste no contexto social presente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS (Utilizadas e a serem exploradas)

ARENDDT, Hannah. A condição humana. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

ARON, Raymond. *As etapas do pensamento sociológico*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2005.

- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: As conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- _____. *Modernidade e Ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- _____. *A Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- _____. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- _____. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- _____. *Medo Líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- BERLINK, Luciana Chauí. *A Sociedade do Narcisismo e da Melancolia*. Revista Cult. 2008.
- BOSS, M. *Solidão e Comunidade*. Revista da Associação Brasileira de Daseinsanalyse. São Paulo, n. 2, p.25-45, 1976.
- COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- DIAS, Cláudia. *Pesquisa qualitativa – características gerais e referências*, 2000. Disponível em: www.geocities.com/claudiaad/qualitativa.pdf - Acesso em 04/03/2009
- DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: Para uma Antropologia do Consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- DUMONT, Louis. *O Individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- DURKHEIM, Émile. *Da divisão do trabalho Social*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*, 21ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2008.
- ELIAS, Norbert. *O Processo civilizador: Uma história dos Costumes, Vol. I*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.
- _____. *O Processo civilizador: Formação do Estado e Civilização, Vol. II*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- _____. *A Sociedade dos Indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- _____. *A Solidão dos Moribundos, seguido de Envelhecer e Morrer*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- ELIAS, Norbert & SCOTSON, John L. *Os Estabelecidos e os Outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização*. Edição Standard Brasileira das obras psicológicas completas. Rio de Janeiro: Imago, 1977.
- _____. *Sobre o Narcisismo: Uma introdução*. Disponível em: http://www.4shared.com/get/42402753/9286a441/Freud_-_Sobre_o_Narcisismo.html> Acesso em: 08/09/2008.
- FRÚGOLI JUNIOR, Heitor. *Sociabilidade Urbana*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. 15ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade: doze lições*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- HARVEY, David. *A Condição Pós-Moderna*. 17ª ed. São Paulo: Loyola, 2008.
- HEINICH, Nathalie. *A Sociologia de Norbert Elias*. São Paulo: EDUSC, 2001.
- JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo - A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio*. São Paulo: Ática, 2002.
- JAMESON, Fredric. *Espaço e Imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios*. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2003.
- KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. *Introdução à Sociologia da Emoção*. João Pessoa: Manufatura / GREM, 2004.
- LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*. Tradução: Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria. Lisboa: Editions Gallimard, 1983.
- _____. *Os tempos hipermodernos*. Tradução: Mário Vilela. São Paulo: Barcarola, 2004.
- _____. *A Felicidade Paradoxal. Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70, 2007.
- MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas*, 4ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- MARSHALL, Berman. *Tudo Que é Sólido Desmancha no Ar*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- MUNIZ, Sodré. *A máquina de narciso*. São Paulo: Editora Cortez, 1990.
- SÁ, Roberto Novaes de; MATTAR, Cristine Monteiro; RODRIGUES, Joelson. *Solidão e relações afetivas na era da técnica*. Revista do Departamento de Psicologia da UFF. Rio de Janeiro, v.18 n. 2, jul-dez/2006.
- SANTOS, Jair Ferreira dos. *O Que É Pós-Modernismo*. Coleção Primeiros Passos, Brasília: Brasiliense, 2000.
- SCHOPENHAUER, Arthur. *Da Morte / Metafísica do Amor / Do Sofrimento do Mundo*. São Paulo: Martin Claret, 2006.
- SILVA, Francisco Vanderlan da. *Conflitos e Violências no Universo Penitenciário Brasileiro*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- WEBER, Max. *Conceitos Básicos de Sociologia*. São Paulo: Centauro, 2005.
- _____. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. São Paulo: Martin Claret, 2007.
- WILSON, Eric G. *Para que Felicidade?* São Paulo: Editora Campus, 2008.