

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado  
da Faculdade Cásper Líbero  
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)  
ISSN: 2176-4476**

---

**Texto original como enviado pelo/a autor/a**

---

**STRAIGHT EDGE: ENGAJAMENTOS COMUNICACIONAIS E NOVAS  
PRÁTICAS DE CONSUMO**

**Denise de Paiva Costa Tangerino <sup>1</sup>**

**Resumo**

Este trabalho tem por objetivo analisar ações comunicacionais e práticas de consumo do movimento *straight edge*. Sua proposta ativista inclui tanto a crítica da mídia de massa e da “sociedade do consumo” de base capitalista, quanto, ao mesmo tempo, vem construindo uma verdadeira rede de consumo “paralela”, difundindo não apenas valores, mas produtos idiossincráticos. Nota-se, ainda, uma forte base comunicacional e tecnológica neste movimento, que articula com complexidade fluxos locais, regionais e globais. Através de uma ênfase multimetodológica a pesquisa buscará identificar as principais linhas de atuação e impactos do movimento em termos de tendências e/ou novas abordagens da crescente interação entre culturas midiáticas e culturas do consumo.

**Palavras-chave:** Comunicação 1. Consumo 2. Juventude 3. Identidade 4. *Straight Edge* 5.

***Straight edge: ideologias e práticas de um movimento ‘consciente’***

---

<sup>1</sup> Programa de Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).  
E-mail: denisetangerino@gmail.com

Eu sou uma pessoa como você / Mas tenho coisas melhores para fazer / Do que ficar sentado e foder a minha cabeça / Andar com mortos vivos / Cafungar merda branca para dentro do nariz / Desmaiar nos shows / Nem mesmo penso em anfetaminas / É algo de que eu simplesmente não preciso / Eu tenho o *Straight Edge* / Eu sou uma pessoa como você / Mas tenho coisas melhores para fazer / Do que ficar sentado e fumar maconha / Porque sei que posso lidar (com a vida) / Rio de pensar em tomar tranqüilizantes / Rio de pensar em cheirar cola / Sempre estarei em contato / Nunca quero usar uma muleta. (*Straight Edge*, música de *Minor Threat*, 1981)

A letra da música *Straight Edge*, da banda *Minor Threat*, pode ser considerada paradigmática do estilo de vida dos que se aderem ao movimento *Straight Edge*, bem como de seu radicalismo. Esses jovens se constroem na contramão dos diversos rótulos, que em muitos momentos, são atribuídos à atitude ‘juvenil’, como o descompromisso e o uso de drogas. E, também, quanto ao próprio estereótipo de violência e falta de crença ‘*no futuro*’ que foi sendo associado aos *punks* durante a história do *rock*. Na cena *underground*, *straight edge* é a denominação para um movimento ou uma posição ideológica, de um determinado grupo juvenil *punk*, que assume uma postura crítica ao sistema capitalista vigente e a defesa da preservação da vida. E, que se colocam de forma bastante radical contra a alienação das pessoas ao consumirem determinados produtos, sem levar em consideração todo o universo que envolve produção/circulação/consumo. Esses sujeitos juvenis adotam uma ‘vida limpa’ (*clean-living*) abstendo-se de drogas (lícitas ou ilícitas). Compreendem que o prazer e a felicidade estão associados a uma experiência que abrange todos os seres vivos. Pautados pela lógica do *especismo* (Singer, 1975), segundo a qual todos os animais são entendidos em uma relação horizontal, assumem um sistema alimentar rigoroso tornando-se veganos ou vegetarianos. Engajados em ações para a preservação da vida e do meio ambiente, participam de boicotes a marcas que façam testes ou que utilizem derivados animais na composição de seus produtos (Klein, 2004: 353). Os mais radicais entendem que o sexo deve ser praticado apenas em contexto onde há um ‘*relacionamento mais estável*’, não concordando com atos sexuais mais ‘*livres*’, considerados como ‘*promiscuidade*’ ou como falta de um ‘*respeito pleno*’ pelo parceiro (Haenfler, 2004, p. 409).



**Figura 1** Tatuagem de uma das integrantes do grupo com os seguintes dizeres: ‘La llana arde em mi’.  
**Fotografia tirada em Out/2009, durante o festival Verdurada. (Fotografia: Fernanda Budag)**

Os *straight edges* constroem seus discursos baseados no que acreditam ser a melhor ‘*escolha*’ para a manutenção da vida em sociedade e, com isso, se questionam constantemente sobre sua própria participação nas comunidades em que estão inseridos. Na contramão do que Bauman (2007) identificou como ‘*sociedade de consumo*’, onde o excesso é uma condição muito valorizada, esses jovens afirmam apropriar-se apenas do necessário para sua sobrevivência, muitas vezes abrindo mão de seu conforto.

Com isso, criam rotas e trajetórias próprias de consumo, que perpassam a cena musical, mas atingem formas de produção alternativas de alimentos, roupas, livros e afins. Para um grupo com tantas restrições, interagir com a ‘*galera*’ e conhecer as novidades do movimento são fundamentais para dar continuidade aos seus valores. Muitos dos jovens participantes dessa cena, os sXe acabam por constituir verdadeiras ‘*famílias*’, ou ‘*comunidades*’, na qual encontram suporte e espaço para serem ‘*diferentes juntos*’ (Haenfler, 2004, p.415).



Figura 2 - Livros vendidos durante o Festival Verdurada, ago/2010. (Fotografia: Denise Tangerino)

No próprio discurso de vários *straight edges*, quando individualmente se iniciam nos princípios do movimento, se percebem como válvulas propulsoras de mudanças, que se realizam em suas práticas fruídas e atuações individuais cotidianas (Heller, 2008:31). Assim localizamos traços do consumo como espaço de atuação e mobilização do 'eu' na sociedade e uma dimensão da manifestação da subjetividade pessoal, como uma *práxis* social legítima. Consumir é o campo de ação que eles encontram para questionar o sistema capitalista vigente e os modos como os sujeitos sociais operam dentro dele. E, nos processos comunicacionais que são engendrados no bojo dessas relações que envolvem produção/distribuição/ressignificação identificamos expressões claras de suas lógicas cognitivas e poéticas de sentido.

Em geral, não aderem a nenhum movimento religioso e político partidário. Porém, alguns desses jovens se interessam pelas teorias anarquistas e produzem *fanzines* e manifestos com citações de pensadores anarquistas ou socialistas. Assim, procuram maneiras alternativas de contestação, pois compreendem que as formas de rebelião, principalmente as utilizadas pelos *punks*, acabam por reafirmar a cultura *mainstream*, que está completamente *intoxicada* pelos pensamentos hegemônicos.

E, apesar de serem fundamentados em críticas contundentes aos meios de comunicação massivos, esses jovens utilizam a internet - *myspace*<sup>2</sup>, *podcast*<sup>3</sup>, *blog*, *twitter*, *facebook*,

---

<sup>2</sup> Comunidade virtual na qual as bandas podem disponibilizar músicas gratuitas para *downloading*.

*orkut* e vídeos *on-line* – para: a) comercializar seus produtos, principalmente alimentos e roupas, consideradas dentro do circuito consciente de consumo; b) divulgar os valores do movimento e encontrar informações pertinentes ao seu estilo de vida; c) divulgar shows. Com trajetórias paralelas ao sistema capitalista vigente, eles acabam por formar verdadeiros circuitos de produção e consumo, que englobam tanto seus fluxos pela cidade, quanto pelo mundo virtual.

### ***Straight Edges*: processos comunicacionais e práticas de consumo**

Na crítica aos meios massivos hegemônicos, entendendo que de uma forma geral atuam como fomentadores de ações consumistas des-responsabilizadas – sem, por exemplo, uma reflexão prévia sobre efeitos sociais e ambientais –, os jovens do movimento propõem o uso consciente dos meios midiáticos, das ideologias, dos produtos culturais, do corpo e dos hábitos alimentares. Nossa abordagem sobre as *práticas de consumo* se dá na reflexão sobre os *processos comunicacionais* que por elas são engendrados. Comunicação e consumo, nesse trabalho, são compreendidos como conceitos indissociáveis, construídos e partilhados socialmente e que fazem parte de um universo de produção/circulação/ressignificação.

Pensar a comunicação não se restringe aos aparatos e estruturas, mas demandaria um olhar para os sujeitos sociais (Rocha, 2009:986) com seus modos de percepção, linguagem e sensibilidades (Martín-Barbero, 2008b:211). Nosso enfoque não está na produção midiática massiva ou nos discursos por eles construídos sobre a juventude, mas se formula no raciocínio de que os atores juvenis são dotados de competências para se referirem objetivamente ao mundo e que possuem a capacidade de se apropriar dos objetos sociais, simbólicos e materiais (Reguillo, 2000: p 36). Balizar as ações juvenis a partir de suas próprias narrativas consolida uma nova abordagem epistemológica, na qual os '*objetos*' de investigação ganham centralidade no discurso científico. Como nos revela Oscar Aguillera (2008):

---

<sup>3</sup> Os *podcasts* são arquivos de áudio transmitidos via *internet*. Neles, os internautas oferecem seleções de músicas ou falam sobre os mais variados assuntos --exatamente como acontece nos blogs. A palavra que determina esta nova tecnologia surgiu da fusão de *iPod* (toca-MP3 da Apple) e *broadcast* (transmissão via rádio).

As novas modalidades de agrupação e participação juvenil não estão circunscritas somente a tribos urbanas, mas na verdade também se encontram presentes em termos empíricos e discursivos (sentidos da ação) em grande parte das práticas juvenis. Desde esta perspectiva, **as práticas juvenis estariam constituindo sua própria episteme**, seu próprio estilo de pensar (...). (AGUILERA, 2008: 357; *tradução e grifo nossos*).

Em mesma direção, Rossana Reguillo (2000) propõe que esses discursos juvenis podem ser entendidos como lugar metodológico, na qual questionamos a realidade, por meio de suas próprias práticas diárias. Especialmente, voltamos nossa atenção a essas atividades rotineiras, que são marcadas pela insistência em encontrar modos alternativos – de vida, pensamento e consumo - aos modelos do sistema vigente. Notamos que o cotidiano é o espaço onde os homens participam integralmente, com todos os aspectos de sua individualidade e personalidade (Heller, 2008:31). Da mesma forma, nos casos dos movimentos e coletivos juvenis, suas práticas se realizam de maneira espontânea e se sustentam com condições mínimas de organização. Essas ações não atendem a posicionamentos políticos tradicionais ou de movimentos sociais organizados, contudo se concretizam na vida diária e em torno de emoções compartilhadas pelas relações entre os coletivos que se agregam com os mesmos objetivos e ideais (Cerbino; Rodrigues; 2005:113).

No tensionamento com as propostas sistêmicas, os *straight edges* constituem suas ideologias e práticas de forma tática. Para Michel de Certeau (1990:39) os valores hegemônicos são forjados em estratégias centralizadoras e espetacular, deixando poucas brechas para intervenções contraculturais. Por outro lado, o autor ressalta que os sujeitos encontram táticas para criar seus usos particulares dos produtos, criando significados próprios para eles. Assim a problemática se desloca da *apropriação* para a *significação*. Essa proposição também é compartilhada por Martín-Barbero (2006) e Guillermo Sunkel (2002), quando analisam questões isoladas no contexto latino-americano, como as formas que os setores populares encontram para escamotear as demarcações hegemônicas. Percebemos que essa lógica de lograr fluxos paralelos ocorre tanto nos locais físicos, aqui analisados na cidade de São Paulo, quanto no universo virtual.

Para os *straight edges*, o espaço público, virtual ou físico, é apropriado de maneira a facilitar a sociabilidade e a troca de informações que dão continuidade ao movimento. Na cidade, Carles Feixa (1999:96) defende a existência de uma memória coletiva juvenil que

evoca determinados espaços físicos da cidade, que são redescobertos, esquecidas ou marginalizadas pela utilização de determinados coletivos e agrupamentos. Questionando e discutindo os locais que se tornaram invisíveis pela cultura hegemônica, os jovens acabam criando verdadeiros *'territórios próprios'* marcados por seus usos táticos. O centro da cidade de São Paulo e a Rua Augusta são apoderados como rotas e *points* de encontros dos *straight edges*. As trajetórias traçadas por esses jovens efetuam-se em verdadeiras manchas urbanas de consumo e sociabilidades.

Esses espaços não só são utilizados por esses sujeitos sociais por estarem em conformidade com sua posição ética e ideológica, mas também por outros coletivos juvenis. Martín-Barbero (2008b:209) relata que esses escoamentos juvenis urbanos prescrevem *'espaços praticados'* de: a) novos modos de estar juntos; b) trajetórias e entrecruzamentos; c) palimpsestos e hipertextos; d) heterogeneidades, com o projeto de *'formar a cidade'* com memórias e utopias universais; e) reinvenções, na qual, o projeto de *'fazer política'* passa pelo movimento que leva a representação ao reconhecimento passando pela participação e a autogestão; f) intermedialidades, com o projeto de re-criar a cidade. Nesse sentido, encontramos algumas situações nas quais os *straight edges* apropriam-se da cidade como suporte para demarcar o seu território de ação, por meio de cartazes e *lambe lambes*. Em São Paulo, a comunicação dos *shows* é colada pelos postes e muros da Rua Augusta, local onde se encontram dois *points* importantes de atuação do movimento: a sorveteria *Soroko* e o restaurante *Vegacy*.



Figura 3 Cartazes do Festival Verdurada colados nos muros e pontos de ônibus da Rua Augusta, Out. 2009. (Fotografia: Denise Tangerino)

Já, com as ferramentas virtuais, a possibilidade de conectar os jovens de realidades e nacionalidades diferentes torna-se muito maior. As redes sociais dinamizam as expressões públicas de individualidades. Postar opiniões sobre determinados assuntos, imagens e fotos de diversas naturezas, *set list (lista)* de música, conversas informais em chats, são ações claramente comunicacionais e representam verdadeiras *'cumplicidades expressivas'* (Martín-Barbero 2006:284).

Os coletivos juvenis, que têm uma proposta mais engajada, a internet se torna central, pois viabiliza a mobilização dos jovens de forma muito mais rápida do que em outros meios de

comunicação (Aguilera,2008). Exemplificando, quando os *straight edges* descobrem que determinadas marcas e produtos, principalmente de higiene, que utilizem de animais em seus testes, rapidamente cria-se uma rede de troca de informações delatando a empresa/produto para que haja um boicote. O mesmo ocorre quando aparecem produtos novos no mercado que estão aprovados pelos padrões e certificações do movimento. Ressaltarmos que a cultura juvenil articulada à tecnologia torna-se uma poderosa rede de conscientização e mobilização de ações práticas e simbólicas na luta pela igualdade e participação coletiva.

É importante para nossas reflexões pontuar sobre qual ideologia estamos falando. **Dunker (2005:52)**, ao explicar as teorias de Zizec, propõe que, em nossa época, a ideologia deve ser deslocada do eixo do saber para o do fazer. E contraponto ao sistema vigente, os *straight edges*, estão embasados em uma *ideologia prática* ao se colocarem como cidadãos, e mais contundentemente, como consumidores. Esses jovens invertem a lógica do ‘saber’ para o ‘fazer’ como ações concretas de mudança de paradigmas sociais. E ainda, as bases de construção e baseamento ideológico determinariam e dariam consistência a uma rede simbólica cuja *‘atividade ideal será confrontada e desestabilizada pela atividade real do objeto’* (*idem*:63).

Assim, poderíamos propor que esses usuários não colocam suas expectativas sobre o que esperam como mudança – social, ambiental, cultural, política – nas instituições tradicionais políticas e nem mesmo nas do terceiro setor, como as ONGs. **Zizec (apud Dunker, 2005:52)** considera que essas ações que fogem que estão fora dos pensamentos normativos impostos pela sociedade e estruturas tradicionais, são formas legítimas de participação social e que se encontram em um *‘universo pragmático pós-ideológico maduro de administração racional e consensos negociados’*.

Contudo, percebemos que as propostas do movimento, que também o constituem como unidade só se concretiza na relação entre o sujeito e o coletivo, como eixos essenciais e imprescindíveis de mudança social. Com a participação em ações coletivas os *straight edges* acabam formulando os seus próprios conceitos de cidadania coletiva. Assim, há uma dupla vinculação, na qual as cidadanias, individuais e coletivas, tornam-se indissociáveis. Mais do que isso, pensando na cidadania cultural, esses jovens acabam fazendo valer o seu direito de serem diferentes.

***Festival Verdurada: um epifenômeno do movimento *straight edge****

A pesquisa sobre os *straight edges* está sendo desenvolvida por meio de uma ênfase multimetodológica – pesquisa documental, revisão bibliográfica, etnografias de consumo – e busca identificar as principais linhas de atuação e impactos do movimento em termos de tendências e/ou novas abordagens da crescente interação entre culturas midiáticas e culturas do consumo. A primeira parte consistiu em uma revisão teórica, na qual mapeamos autores e reflexões que nos pareciam pertinentes no estudo de nosso objeto. Também, reconstruímos as principais influências e o histórico do grupo por meio de textos acadêmicos, fanzines, blogs, dicas dos próprios participantes e, especialmente por uma constituição iconográfica – fotos, cartazes, vídeos. A pesquisa de campo foi dividida em dois eixos: a) direto nos locais de atuação jovens, com observações sistematizadas e interação com os participantes do movimento; b) por meio de recursos etnográficos, analisando os discursos dos *straight edges* nos blogs, redes sociais, entre outros. Recursos como MSN e SKYPE já estão sendo utilizados para manter contato e entrevistar alguns desses jovens. Nossa próxima etapa metodológica fundamenta-se na reconstituição e na análise dos fluxos e trajetórias dos *straight edges*: a) reconhecendo práticas de consumo cultural e de materialidades; b) cartografando os locais e as rotas de consumo pela cidade e pelo universo virtual; c) identificando processos comunicacionais; d) destacando práticas de politicidade e ações de engajamento; e) registrando – fotografias, vídeos, cartazes - as ações desses jovens por São Paulo.

Ao longo do processo de pesquisa reconhecemos que um epifenômeno de continuidade do movimento e sociabilização dos *straight edges*, o *Festival Verdurada*. O próprio nome ‘*Verdurada*’ seria um demarcador dos valores que estão impressos no evento, tanto para a participação dos jovens que compartilham do mesmo ideal, quanto para aqueles que não seguem os mesmos valores, porém se interessam pelo festival de música *hardcore*. Na própria fala do grupo, o evento ‘*é o mais importante evento do calendário faça-você-mesmo brasileiro*’. Por sua longevidade, o festival já completa 14 anos, com a participação massiva de bandas nacionais e internacionais, bem como, de selos alternativos e produtoras independentes. É considerado o evento de maior importância na cena musical *hardcore-punk*

*straightedge* nacional, e também, é conhecido como um local alternativo de troca de idéias entre jovens que têm uma consciência anti-sistêmica e que procuram novas formas e estilos de vida.

O festival, apesar de seguir uma dinâmica bastante parecida de shows musicais de *punk*, tem como particularidade, que ao fim do som das bandas, são feitas palestras sobre assuntos políticos polêmicos (anarquismo, legalização do aborto, destruição do meio ambiente), oficinas de participação coletiva, debates, exposições de vídeos que, de uma forma geral, trazem questões voltadas à alimentação ou a contracultura (musical, literária e afins). Quase na saída, com a ajuda dos *hare krishnas*, distribuem alimentos preparados à base de legumes e verduras, acompanhados de sucos de soja. O evento acaba por gerar uma sociabilidade que agrega diversos outros ‘coletivos’, como os *hare krishnas*, *punks*, vegetarianos, veganos, participantes de ONGs voltadas para a preservação da vida, e ainda, simpatizantes dos valores pregados nos *shows*.



**Figura 4** Palestra, sobre o ‘sistema eleitoral’, realizada no Festival Verdurada, ago/2010. (Fotografia: Denise Tangerino)



**Figura 5** Morangos sem agrotóxicos vendidos no Festival Verdurada, ago/2010. (Fotografia: Denise Tangerino)

Todas as ações que ocorrem durante o evento devem estar alinhadas as ideologias dos *straight edges*. O evento conta apenas com as seguintes formas de divulgação: a) o boca-a-boca; b) os cartazes colados pela cidade; c) um *e-mail* que é enviado para as pessoas cadastradas no site; e) as redes sociais. Dentre essas abordagens, uma é particularmente instigante, os *e-mails*. Como em um convite normal de *show*, possui informações de horário, local, bandas e etc. Porém, no final, aparecem algumas regras de convivência durante o evento. São elas:

- 1- Por favor, sem álcool, drogas ou cigarro dentro do local do evento.
- 2- Nada de alimentos que contenham produtos de origem animal.
- 3- Banquinhas de livros, cds, fanzines e material independente e divergente a preços populares, mesmo!
- 4- Venda de comida vegetariana, desde hambúrgueres, coxinhas, quibes, até bolos, tortas, bombons.
- 5- Os shows acabarão antes das onze e meia da noite, para que os espectadores possam se valer do sistema público de transporte.
- 6- Todo o dinheiro arrecadado com os ingressos será utilizado para pagar as despesas com o evento (transporte das bandas, locação do espaço, divulgação, locação da aparelhagem de som e luz).

7- Uma parte do dinheiro dos ingressos será utilizada em campanhas públicas de assuntos ligados aos interesses do Coletivo Verdurada, como vegetarianismo ético, práticas de democracia direta, questões políticas e sociais.

Essas normas retomam todos os ideais que pautam o movimento *straight edge*, evocando valores históricos internacionais, as adaptações ao contexto brasileiro, as experiências atuais, e de certa forma, a maneira como esses jovens estão coletivamente projetando o futuro. Remontando uma confluência de discursos que configurou uma busca por uma '*liberdade*', que pode ser justificada por duas perspectivas: a) *de caráter mais íntimo, que denota a manutenção de um nível de controle sobre si mesmo que apenas a lucidez poderia garantir;* b) *reporta à libertação em relação às expectativas sociais cristalizadas na própria cena punk/hardcore'* (Freire Filho; Linhares: 2009, 263).

As práticas de engajamento desses jovens, podem ser compreendidas como de '*super-identificação*' Dunker (2005:48). Esse conceito se refere à recusa de diversos valores contraculturais que foram colocados por outras gerações juvenis e que se baseava em colocar-se '*fora do sistema*', criando uma separação '*artificial e enganosa*', como se essa possibilidade fosse viável na sociedade capitalista. Pelo contrário, para os *straight edges*, seus fundamentos de ação, são constituídos em '*tomar formas simbólicas dominantes pelo seu valor de face e a partir de sua repetição reflexiva produzir desestabilizações internas ao sistema*' (*idem*, 2005:48). Percebemos então que o movimento se coloca de maneira tática ao agirem boicotando o próprio '*sistema de consumo*' traçando fluxos e rotas paralelos.

## **BIBLIOGRAFIA**

AGUILLERA, Oscar. *Movidas, mobilizaciones Y movimientos*. Tese de doutorado. Universidade Autônoma de Barcelona, 2008.

BAUMAN, Zigmund. *Vida para o consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CERBINO, Mauro; Rodriguez, Ana. Movimentos e máquinas de guerras juvenis. *Revista Nômadás*, n°23, Out/2005.

CERTEAU, Michel de. *A Invenção do Cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

DUNKER, Christian. Zizec: um pensador e suas sombras. In: DUNKER, Christian; PRADO, Aindar. *Zizec crítico: Política e psicanálise na era do multiculturalismo*. São Paulo: Hacker, 2005.

- FEIXA, Carles. *De Jóvenes, Bandas Y Tribus: Antropología de la juventud*. Barcelona: Ariel, 1999.
- FREIRE FILHO, João. LINHARES, Taiane. Vidas Regradadas: configurações da moralidade dentro da subcultura straight edge. In: BORELLI, Silvia H. S. FREITAS, Ricardo Ferreira. *Comunicação, Narrativas e Culturas Urbanas*. São Paulo/Rio de Janeiro: Educa, 2009.
- HAENFLER, R. *Rethinking subcultural resistance: Core Values of Straight Edge Moviment*. Journal of Contemporary Ethnography, Vol 33, nº4. USA: Sage Publications, 2004.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.
- KLEIN, Naomi. *Sem logo*. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In. BORELLI, Silvia; FREIRE FILHO, João. *Culturas Juvenis no século XXI*. São Paulo: Educ, 2008.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. As novas sensibilidades: entre urbanias e cidadanias. *Revista Matrizes*, nº2, abril/2008. (2008b)
- REGUILLO, Rossana. *Emergencia de Culturas Juveniles, estratégias Del desencanto*. Colombia: Editora Norma, 2000.
- ROCHA, Rose. *Políticas de visibilidade, juventude e culturas do consumo: um caso (de imagem) nacional*. 8º Congressos Lusocom. Portugal, 2009.
- SINGER, Peter. *Animal Liberation*. Porto Alegre: Editora Lugano, 1975.
- SUNKEL, Guillermo. Una mirada otra. La cultura desde el consumo. *En libro: Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. 2002. Disponible en la World Wide Web: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>