

“NÓS SEMPRE ESTAREMOS JUNTOS”: A PRESENÇA DA NOSTALGIA E MELANCOLIA NO ENREDO DE DIGIMON LAST EVOLUTION KIZUNA

Dionisio de Almeida Brazo¹

Resumo: Este trabalho se propõe a refletir acerca das categorias de nostalgia e melancolia. Para isso, utilizamos o filme animado japonês *Digimon Last Evolution Kizuna*, lançado em 2020, como objeto de estudo, pois articula de forma interessante essas duas categorias. A proposta do filme foi amadurecer a história dos personagens junto com os fãs, trazendo questões do fim da adolescência e início da vida adulta, e o processo de separação dos seus companheiros de aventuras. Partimos da hipótese de que a nostalgia e melancolia são categorias presentes ao longo da história dos personagens do filme e que também se revelam enquanto um sintoma contemporâneo, os quais incidem fortemente na juventude. De caráter exploratório e ensaístico, este trabalho pauta-se nos estudos culturais, articulando autores de diversas áreas do conhecimento, e reflexões da nossa pesquisa de mestrado em andamento.

Palavras-Chave: Nostalgia. Melancolia. Juventude. Cultura do Consumo.

INTRODUÇÃO

Digimon Last Evolution Kizuna (2020) forma o quinto produto audiovisual que narra a história de oito crianças, chamadas de digiescolhidos (aquele que foi escolhido por uma criatura digital chamada genericamente de digimon), e seus parceiros. Foi lançada em comemoração aos 20 anos de *Digimon Adventure* (1999-2000), série que deu origem ao filme. Além dessa animação, tivemos *Digimon Adventure 02* (2000-2001) que marcou uma certa continuidade da história, mas trazia novos personagens, sendo apenas dois da série anterior, e aventuras.

As produções, sob a nomenclatura Digimon que vieram cronologicamente depois² não tinham quaisquer relações com as duas anteriores. Desde então, a história das oito crianças tinha sido encerrada até que houve o anúncio de *Digimon Adventure tri.*, uma série de seis filmes³, lançada em 2015, parte da comemoração dos 15 anos da franquia e, cinco anos mais tarde, o lançamento do filme, objeto do nosso estudo.

Após essa breve descrição, necessária para contextualizar o fluxo de produção em que o filme se encontra, o que todas essas séries têm em comum é o processo de

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades, com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), e Bacharel em Turismo, ambos pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: dionisioalmeida@id.uff.br

² As animações lançadas foram: *Digimon Tamers* (2001-2002), *Digimon Frontier* (2002), *Digimon Savers* (2006-2007), *Digimon Xros Wars* (2010-2011) e *Digimon Universe: Appli Monsters* (2016).

³ Essa série foi lançada em formato *Original Video Animation* (OVA) que refere-se às animações lançados diretamente ao mercado de vídeo sem necessariamente ter exibição prévia na televisão ou cinemas.

crescimento dos oito personagens principais, sendo no filme em que essa representação se dará mais enfaticamente e como tema principal.

Ao longo dos anos, os personagens foram crescendo junto com o público que assistia. Agora retratados no fim da adolescência e início da vida adulta, eles têm a árdua tarefa de se despedirem dos seus digimons, pois, na medida em que optam por viver suas vidas, em busca de empregos, estudos, faculdade, o laço entre eles vai ficando cada vez mais fraco, até desaparecer por completo e o digimon voltar para o mundo virtual, seu local de origem.

Essa narrativa fica ainda mais presente na história da vilã. Trata-se da personagem Menoa Belluci, uma criança prodígio que entra para universidade aos 14 anos. A sua entrada prematura na vida adulta marca uma ruptura com a infância, o que ocasiona a separação de sua parceira digimon. Em consequência disso, a personagem dedica-se a pesquisar academicamente as criaturas digitais e cria o seu próprio digimon artificial, com a habilidade de digitalizar a mente humana.

Seu plano era prender a consciência de todos os digiescolhidos do mundo em um lugar em que o tempo não passa (uma espécie de terra do nunca em clara alusão ao Peter Pan), podendo viver a sua infância ao lado de seus digimons para sempre.

Em nossa leitura, os digimons atuam como representantes da infância dos personagens, os quais precisam se desprender para encarar os ritos e obrigações da vida adulta. Esse processo desencadeia uma série de momentos com traços nostálgicos, ao lembrar dos velhos tempos em que lutavam juntos, e, também, de melancolia, ao perceber que a separação será inevitável.

Encaramos essas duas categorias como sintomas de um mesmo mal-estar contemporâneo. Para Freud (2017), a cultura tem papel central na produção de um mal-estar coletivo, uma vez que há separação entre as exigências da pulsão (força que demanda descarga) do sujeito e a sociedade. Assim, a boa gestão da sociedade estaria ligada ao renúncio das vontades do sujeito, ocasionando frustração, infelicidade e melancolia. O autor destaca como as religiões oferecem o papel de paterno frente ao desamparo infantil que persegue os sujeitos até a sua vida adulta, oferecendo segurança. Em suas palavras,

Quanto às necessidades religiosas, parece-me imperioso derivá-las do desamparo infantil e do anseio de presença paterna que ele desperta, tanto mais

que esse sentimento não se prolonga simplesmente a partir da vida infantil, mas é conservado de modo duradouro pelo modo duradouro pelo medo das forças superiores do destino. Eu não saberia indicar uma necessidade infantil que tivesse força semelhante à necessidade de proteção paterna. (FREUD, 2017, p. 57)

Na contemporaneidade, com o deslocamento desse papel, abre-se espaço para que o consumo se torne a principal via pela busca da felicidade e satisfação pessoal dos sujeitos. Esse é o tema debatido no livro publicado por Lipovetsky (2007), *A Felicidade Paradoxal*, no qual o autor afirma que as pessoas são transformadas em consumidores que, na medida em que observam as suas escolhas pessoais se ampliarem, o sistema mercantil opera aumentando ainda mais as possibilidades de consumação, criando, então, uma relação paradoxal com a felicidade, já que ela nunca é alcançada.

Campbell (2001) explica que esse sistema de consumo é orientado a partir da lógica do hedonismo moderno, em que há o adiamento do ato do consumo, aumentando a expectativa como forma de obtenção do prazer. As emoções pessoais tornam-se centrais na busca do prazer, sendo estimulado pela imaginação, ampliando as experiências agradáveis em torno do produto. Em razão disso, o autor aponta que o consumismo moderno é menos materialista e mais imaginativo.

Nesse contexto, Lipovetsky (2007, p. 15) entende que

Numa época em que o sofrimento é desprovido de todo sentido, em que os grandes referenciais tradicionais e históricos estão esgotados, a questão da felicidade interior “volta à tona”, tornando-se um segmento comercial, um objeto de marketing que o hiperconsumidor quer poder ter em mãos, sem esforço, imediatamente e por todos os meios.

Surge, dessa forma, um mercado que se utiliza da nostalgia dos consumidores para vender seus produtos. Nele a nostalgia é traduzida como uma possibilidade de vivenciar a sua criança interior por meio de um processo de fetichização das mercadorias, no sentido empregado por Kehl (2004) ao abordar sobre os objetos-fetice.

Com isso, o presente estudo tem como objetivo refletir acerca das categorias nostalgia e melancolia, tendo como objeto de estudo o filme já mencionado. Partimos da hipótese, então, de que a nostalgia e melancolia são sintomas que incidem na juventude, especialmente a partir de recortes de classe, cor e gênero, sendo o filme, aqui analisado, um produto desse mal-estar que está presente na história dos personagens do filme ao

mesmo tempo em que oferece uma pedagogia comportamental para os jovens lidarem com esses sintomas, no processo descrito por Enne e Procópio (2020).

Antes de apresentar a análise do filme, no entanto, faremos uma breve discussão sobre a experiência dos jovens com o consumo.

JUVENTUDE, CONSUMO E ADOECIMENTO PSICOLÓGICO

Partindo da ideia de Bourdieu (1983), entendemos que a juventude é uma construção feita a partir de critérios socioculturais, sendo a faixa etária apenas um dos sistemas de classificação a ela atribuída, e que também difere bastante entre as localidades e propósitos. Para ele, é uma categoria polissêmica, sendo, portanto, mais correto descrevê-la no plural, e imersas em um campo de disputa que servem para marcar uma divisão entre jovens e velhos, a fim de promover uma “ordem”.

O autor destaca ainda que a juventude é um signo manipulado e manipulável. Observando isso na cultura do consumo, Enne (2010) afirma que, antes da juventude se tornar uma categoria social, ela nasce como uma ideia em torno de valores positivados, como ruptura, inovação, movimento entre outros. No decorrer do século XX, esses valores foram incorporados e atribuídos aos jovens. Em suas palavras:

No início do século XX, por exemplo, a publicidade começa a mudar consideravelmente de formato, e a presença de figuras e valores jovens nos anúncios já se faz sentir nas primeiras décadas. A cultura romântica da boemia, sem dúvida já no século XIX, lócus do espírito inquieto e inovador dos novos tempos, ganha fôlego nos efervescentes anos 20. Os esportes – com a consequente celebração do corpo forte e vigoroso, traços de óbvia juvenilização – também cresceram explicitamente no período. E o cinema, mais talvez do que qualquer outro campo, traduziu claramente essa tendência, construindo seu panteão de olímpicos em torno de figuras esteticamente jovens. (ENNE, 2010, p. 20)

Assim, ao longo do século com o adensamento da modernidade, o qual Lipovetsky (2007) chama de hipermodernidade, a presença dessas figuras foi se tornando mais frequente. Os jovens viram o alvo das ações do marketing e publicidade, tanto como público consumidor quanto como um ideal de estilo de vida a ser perseguido, dando início a um processo de juvenilização que atinge a todas as idades.

A partir disso, a cultura juvenil, que começa a ser tema nos anos 1960 (KEHL, 2004), terá íntima ligação com o mercado de consumo na construção dos estilos de vida. Pois, como explica Featherstone (1995, p. 119), o estilo de vida representa “[...]”

individualidade, auto expressão e uma consciência de si estilizada”, sendo a sua construção centrada em torno do desejo, emoção, imaginação e a valorização do individualismo.

Enne (2010) entende que a mídia como um forte produtor de discurso foi central para a legitimação da cultura jovem. Kellner (2001), adverte para o que a mídia oferece não é uma noção de sujeito, sendo esta uma ficção ideológica e social, mas posições de sujeito, isto é “[...] identidades, papéis, aparências ou imagens fixados pelos modelos ou pelos discursos da mídia (KELLNER, 2001, p. 307).

Partindo, assim, da ideia dos autores acima, podemos entender que os jovens se apropriam das ideias, valores e estilos de vida mais ressonantes da cultura da mídia na construção de si, que, na contemporaneidade, está ligado ao hedonismo.

De acordo com Lipovetsky (2007) o hedonismo emerge como valor principal associado à felicidade. No entanto, aponta que, no sistema de consumo em que vivemos, a felicidade é apenas uma promessa, nunca sendo cumprida, como já vimos na introdução deste trabalho. Portanto, o consumo surge tanto como causa e efeito de um mesmo fenômeno, o sofrimento psíquico, conceito ao qual se refere Santos (2007) e Fortes (2009). Santos (2007, p. 320) afirma que:

O conceito de sofrimento psíquico é construído com base no argumento de que, para além de componentes biológicos, o sofrimento pode ter como causa as mudanças decorrentes da emergência da modernidade, marcada, sobretudo, pelo paradoxo existente entre, de um lado, o fortalecimento do individualismo, ou seja, a exigência para que o indivíduo aja por si mesmo, tome suas próprias decisões, tenha autodomínio e, logicamente, que seja responsável pelas consequências de seus atos, e, por outro lado, pela ausência dos meios para a realização de sua subjetivação, sobretudo, nas situações de exclusão social.

É aquilo o que Freud (2017), chamou de mal-estar na cultura, visto na introdução deste trabalho: um sofrimento que advém de uma nova organização social que exige do indivíduo uma certa adequação às normas. Simmel (1973) também já havia apontado, em seu estudo sobre a vida na metrópole, que os indivíduos precisam criar estratégias de preservação da vida mental para serem capazes de sobreviverem a toda aceleração das metrópoles.

Nos jovens esse quadro se agrava, como explica Kehl (2004, p. 45),

O aumento progressivo do período de formação escolar, a alta competitividade do mercado de trabalho nos países capitalistas e, mais recentemente, a escassez

de empregos obrigam o jovem adulto a viver cada vez mais tempo na condição de “adolescente”, dependente da família, apartado das decisões e responsabilidades da vida pública, incapaz de decidir seu destino.

Se, principalmente, levarmos em conta os recortes de classe, gênero e raça, podemos observar que esse diagnóstico é ainda mais perverso. Fortes (2009) explica que diante desse panorama, as pessoas são desencorajadas – socialmente – a falar do seu sofrimento, uma vez que a felicidade é imperativa nas sociedades contemporâneas. O hedonismo, então, pode ser pensado como um paliativo a esse sofrimento, frente as inseguranças e incertezas (FORTES, 2009), o que nos leva a pensar na nostalgia enquanto uma categoria-chave nesse processo, discutido a seguir.

A ARTICULAÇÃO DA NOSTALGIA E MELANCOLIA EM DIGIMON LAST EVOLUTION KIZUNA

A palavra nostalgia é formada por dois vocábulos de origem grega, *nostos* e *algia*, designando algo em torno de um “desejo de voltar à casa”. Ela nasce no campo da medicina, no século XVII, para diagnosticar um estado de profunda saudade de casa, sentida, especialmente, por imigrantes e soldados em missão.

Ao longo dos anos, o termo foi incorporado a vários outros campos do conhecimento, que se destinaram a estudá-lo, e do vocábulo popular, deixando de ser exclusivo do campo médico. Atualmente, segundo Fred Davis (1979, p. 5, tradução nossa), a nostalgia “[...] é muito mais provável de ser classificada com emoções familiares como amor, ciúme, e medo do que com tais “condições” como melancolia, compulsão obsessiva ou claustrofobia”.

No entanto, discordando, em parte, do autor acima, estamos fadados a acreditar que é o sintoma de melancolia social que promove a efetivação da emoção nostálgica. Para Barbosa (2013, p. 74), a nostalgia e melancolia não são categorias dissociadas,

Ao contrário da nostalgia conservadora da cultura comercial, que é via de regra uma espécie de *cura* paliativa para a melancolia atroz que o império da vivência é capaz de estabelecer, a nostalgia crítica ou *estética* que aqui nos interessa toma a melancolia como uma espécie de motor; ela nunca a recalca ou esquece-se dela, mas forja com ela alianças várias; **é a melancolia a própria condição de possibilidade da sua positividade, é nela que essa nostalgia vai buscar sua complexidade crítica.** (Grifos nosso)

Essa articulação da melancolia e nostalgia é observada nas ações de todos os personagens de *Digimon Last Evolution Kizuna* (2020). O filme traz consigo uma grande metáfora para o crescimento humano, apresentando os personagens na fase final da adolescência prestes a ingressar no mundo adulto.

No início essas categorias já ganham destaque, com o seguinte texto escrito sobre um fundo preto: “Quanto mais as pessoas aceitam o futuro escolhido para elas, menos elas irão envelhecer. Nós faremos qualquer coisa para alcançarmos mais alto. Essa não é uma história sobre o passado. É uma nova história sobre nós e nossos Digimon”. Essa última frase logo é corrigida para: “É nossa nova aventura com eles”. Após essa introdução, cenas noturnas de partes do Japão aparecem iluminadas pela aurora boreal, acompanhada de uma música instrumental de fundo e todas as cores do filme seguem uma paleta de tons pastéis. Em seguida, uma criatura digital aparece no meio da cidade e os protagonistas aparecem para lutar e tem-se o início do filme propriamente dito.

Destacamos que essa criatura que aparece é pode ser interpretado como um artifício de nostalgia para os fãs. Ela aparece também na série clássica, *Digimon Adventure*, como a primeira criatura digimon a qual os protagonistas, por volta de 4/5 anos, têm contato. Dessa forma, essa mesma criatura é utilizada como forma de representar o começo das crianças como digiescolhidos.

A luta é acompanhada pela canção *Brave Heart* (Coração Valente, em tradução livre), que, como o seu nome sugere, narra um eu lírico em busca de superar os obstáculos, mesmo frente às adversidades. Na série lançada em 1999, essa música é utilizada no momento da transformação dos digimons em uma forma mais poderosa. Nesse ponto, podemos entender que o uso da nostalgia não facilita apenas o consumo em torno da memória sonora (e afetiva) pelos fãs, uma vez que existem códigos já conhecidos, mas também reforça o vínculo, os laços, e produz novas sociabilidades, como aponta Nunes (2012).

Após esse preâmbulo, o filme se concentra especialmente em dois personagens, o Matt e o Tai, mostrando o cotidiano dos rapazes, com o trabalho e questões do colégio. Em uma cena Tai aparece olhando preocupado para os acessórios que levava consigo em suas aventuras com o seu parceiro, os seus óculos e sua *digivice*, aparelho que faz o digimon evoluir, e, logo seguida, os dois se juntam em um restaurante e a tônica da conversa são as preocupações, inseguranças e incertezas que a vida os reserva.

Aqui, pela cena de Tai, poderíamos compreender a nostalgia pelo seu uso mais comum, sendo uma volta segura ao que já se conhece, evitando o sofrimento pelo novo e desconhecido e, ao mesmo tempo, reconhecendo no passado um momento idealmente mais feliz. No entanto, Matt fala ao amigo “é como adiar o inevitável”, nos levando a entender que o uso da nostalgia não os prende a um passado idealizado, aproximando à ideia de Boym (2017) de que a nostalgia não tem apenas uma visão retrospectiva, mas também prospectiva, no qual as fantasias do passado atuam sobre o futuro.

Essa ideia estará mais fortemente ligada à vilã do filme, como apontamos brevemente ainda na introdução deste trabalho. A melancolia que Menoa Belluci sente ao perder a sua parceira digimon, a impulsiona a viver voltada para a nostalgia, estudando as criaturas digitais e criando a sua própria, com objetivos de prender a mente de todos digiescolhidos do mundo. Isso nos leva a entender que essa busca obsessiva por viver a infância ao lado do seu parceiro leva ao adoecimento psíquico, ao qual nos referimos anteriormente.

Em um recorte dualista e simplificado, poderíamos entender que a vilã encena uma representação metafórica de como não viver a nostalgia e os protagonistas representam o uso adequado da nostalgia. No entanto, o que a vilã corporifica é o mal-estar melancólico por não se ajustar a um mundo ao qual foi inserida ainda muito nova. Esse mundo fantasioso que busca criar para si e para outros jovens nada mais é do que um engodo, uma fantasia criada a partir de uma falsa realidade. Não resolve o seu sofrimento apenas serve como um paliativo exatamente como discutimos anteriormente.

Nesse sentido, por oposição, os dois garotos, mesmo com o sofrimento, que também incide sobre eles, puderam responder de forma mais positiva, pois tiveram tempo para o processo de despedida dos parceiros, por metáfora podemos entender que o jovem que teve tempo para ser efetivamente jovem enfrentará menos problemas psíquicos, pois os ritos de passagem são realizados.

A nosso ver, a melancolia é fundamental para se compreender mais profundamente as práticas em torno da nostalgia na contemporaneidade, pois nela cabe uma complexidade e potencialidade criadora pouco discutida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De forma exploratória e breve, buscamos demonstrar nesse artigo que as categorias de melancolia e nostalgia são dois sintomas do mesmo fenômeno de mal-estar, tendo a primeira uma potencialidade criadora sobre a segunda.

A intenção aqui foi também demonstrar como essa narrativa explora apenas o mundo ficcional, nos dando elementos para pensarmos os comportamentos sociais em torno do consumo. Principalmente se levarmos em consideração o caráter pedagógico dessas narrativas, como Enne e Procópio (2020) apontaram.

A partir disso, devemos nos perguntar como o público do filme se relaciona em torno dessas categorias, em busca de completar o arco hermenêutico no sentido proposto por Ricoeur (1994).

Por fim, não podemos deixar de indicar o caráter contraditório em que o filme se insere, pois aponta para a falha das pessoas na busca incessante por viver a nostalgia da infância, mas ele próprio é um produto que oferece essa nostalgia. Além disso, ele serve como término para a história clássica que se iniciou em 1999, mas também marca o início de um *reboot*, isto é, a história será contada toda novamente.

REFERÊNCIAS

BAKER, Stacey Menzel; KENNEDY, Patricia. Death By Nostalgia: a Diagnosis of Context-Specific Cases. **Advances in Consumer Research**, [S.l.], v. 21, p. 169-174. 1994. Disponível em: <https://www.acrwebsite.org/volumes/7580>. Acesso em: 26 abr. 2021.

BARBOSA, André Antônio. Melancolia e nostalgia. *In*: BARBOSA, André Antônio. **Nostalgia e melancolia nos cinemas de Philippe Garrel e Sofia Copola**. 2013. 134 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BOURDIEU, Pierre. “A “juventude” é apenas uma palavra”. Entrevista com Pierre Bourdieu. *In*: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 112-121.

BOYM, Svetlana. Mal-estar na nostalgia. **História da Historiografia: International Journal of Theory and History of Historiography**, v. 10, n. 23, jul. 2017. Disponível em: <https://www.historiadahistoriografia.com.br/revista/article/view/1236>. Acesso em: 04 abr. 2021.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DAVIS, Fred. **Yearning for yesterday**. New York: New Press, 1979.

DIGIMON Adventure: Last Evolution Kizuna. Direção: Tomohisa Taguchi. Produção: Yōsuke Kinoshita. Tóquio: Toei Animation, 2020.

ENNE, Ana Lucia Silva; PROCÓPIO, Victória Machado Guedes. Ansiedade e afeto como categorias-chave em narrativas literárias e midiáticas infanto-juvenis: uma abordagem a partir dos Estudos Culturais. **Parágrafo**, São Paulo, v. 7, n. 1, jan.-jun, 2020. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/921>. Acesso em: 04 abr. 2021.

ENNE, Ana Lucia. Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 20, p. 13-35, nov. 2010.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Estúdio Nobel, 1995.

FORTES, Isabel. A psicanálise face ao hedonismo contemporâneo. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 9, n. 4, p. 1123-1144, dez. 2009.

FORTES, Isabel. A psicanálise face ao hedonismo contemporâneo. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 9, n. 4, p. 1123-1144, dez. 2009. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482009000400004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 20 abr. 2021.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na cultura**. 2. ed. Porto Alegre: L&PM, 2017.

KEHL, Maria Rita. A juventude como sintoma da cultura. In: NOVAES, R. e VANNUCHI, P. (Orgs.). **Juventude e sociedade: Trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

NUNES, Monica Rebecca Ferrari. Consumo musical nas culturas juvenis: Cosplay, mundo pop e memória. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 25, p. 80-96, dez. 2012.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa (Tomo 1)**. Campinas: Papirus, 1994.

SANTOS, Breno Bittencourt. Cultura do consumo: da promessa da felicidade ao sofrimento psíquico. **Revista Latitude**, Maceió, v. 11, n. 1, p. 295-333. 2017. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/3064>. Acesso em: 20 abr. 2021.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme. **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973. p. 11-25.