

Black or White? Identidade negra e representações no clipe de Michael Jackson

"Black or white"? Black identity and Michael Jackson representation on videoclips

Evandro Luiz da Conceição¹

¹E-mail: assessoria.evandrolc@gmail.com

Universidade Federal do Rio de Janeiro -
ECO/UFRJ | Bolsista do CNPq (Conselho
Nacional de Desenvolvimento Científico e
Tecnológico)

Resumo: Este artigo analisa três videoclipes centrais na obra de Michael Jackson: “Beat it”, “Black or White” e “They don’t care about us”. Considerando que as produções culturais que integram a cultura da mídia estão em sintonia com o contexto político-social em que são produzidas e veiculadas, e que apresentam objetivos para além dos mercadológicos, como e em que medida se pode afirmar que estes três videoclipes podem servir para se pensar a questão negra contemporânea, o sujeito negro e suas representações mediáticas na pós-modernidade? Em vida, a conversão de Michael Jackson em ídolo e em produto de múltiplos formatos, ocorreu por causa de ações e estratégias do mercado fonográfico e da indústria do entretenimento, incluindo a produção espetacular dos videoclipes e os aparatos tecnológicos onipresentes nos shows do cantor. Por fim, tentaremos identificar de que forma as vicissitudes da experiência negra, os dispositivos de resistência e luta contra o racismo e opressão estão contemplados na produção audiovisual de Michael Jackson.

Palavras-chave: Michael Jackson; identidade negra; clipe; representações; música.

Abstract: This article analyzes three central music videos in Michael Jackson's work: "Beat It," "Black or White," and "They Do not Care About Us." Considering that the cultural productions that integrate the culture of the media are in tune with the politico-social context in which they are produced and conveyed, and that present objectives besides the marketing ones, and to what extent it can be affirmed that these three video clips can serve to think about the contemporary black question, the black subject and his mediatic representations in postmodernity? Michael Jackson's conversion to an idol and multi-format product came as a result of phonographic and entertainment industry actions and strategies, including the spectacular production of video clips and ubiquitous technological gadgets at the singer's shows. Finally, we will try to identify how the vicissitudes of the black experience, devices of resistance and fight against racism and oppression are contemplated in the audiovisual production of Michael Jackson.

Keywords: Michael Jackson; black identity; video clip; representations; music

Michael Joseph Jackson nasceu no dia 28 de agosto de 1958 na periferia de Gary, estado de Indiana – EUA. O país mostrava ao mundo quatro anos antes o início das lutas pelos direitos civis, protagonizadas por parte da população negra norte-americana que sofria graves problemas sociais envolvendo o racismo em decorrência do passado escravagista. Considerado o maior nome da música pop mundial, a carreira de Michael Jackson começou no final da década de 1960 no grupo *Jackson Five* junto com os irmãos. Sob a tutela do pai, o quinteto musical assinou contrato com a gravadora *Motown* e, ao assumir o microfone principal da banda, o pequeno Michael Jackson chamou a atenção pelo jeito inusitado de dançar e por suas habilidades vocais, sendo transformado num garoto prodígio. Em 1971, Michael Jackson se desliga dos *Jackson Five* e *Got to be there*, primeiro trabalho solo de estúdio do cantor é lançado no ano seguinte. Posteriormente, o cantor lançou mais três discos e rescindiu o contrato com a gravadora que o revelou por causa da falta de autonomia e liberdade no processo de criação de seus trabalhos.

Os discos lançados por Michael Jackson, sobretudo nas décadas de 1980 e 1990, sinalizavam gradativamente o quanto sua constituição identitária estava sendo afetada por questões pessoais e pelo próprio mercado que o transformou num produto vendável no qual ele foi se adequando subjetivamente. Outros fatores como a expectativa gerada pelo público, o assédio da imprensa, a pressão da crítica musical, a obstinação dele próprio em se superar e alcançar a excelência nos resultados de cada trabalho foram moldando artisticamente o cantor e trouxeram reflexos para a personalidade dele.

A partir da década de 1990 a carreira de Michael Jackson entrou em declínio e, embora as vendas de seus discos ainda fossem expressivas, eram consideradas modestas para o que a figura de Michael Jackson representava para o cenário musical global após *Thriller*, disco mais vendido da história da indústria fonográfica mundial. Na ausência de um novo fenômeno na carreira do artista o que o mantinha no centro da exposição mediática eram os escândalos sexuais envolvendo seu nome, os revezes financeiros e as vicissitudes de sua vida privada.

A surpreendente perda das características afrodescendentes, decorrentes de sucessivas cirurgias plásticas e a mudança radical na aparência do cantor no videoclipe *Black or White* chocaram o público e colocaram a identidade dele em questão para o mundo. Toda atenção e interesse do público antes pela produção musical de Michael Jackson foram desviados para figura enigmática e transracional que ele passou a representar.

Com a carreira em baixa, a fragilidade e a postura infantilizada do cantor revelavam que a infância perdida sobre os palcos e holofotes, os ensaios exaustivos e o rigor de seu pai conflituavam com o seu desejo de ser uma criança normal. O *Rancho de Neverland* transformou-se num autoexílio para Michael Jackson, uma espécie de Disneylândia, um mundo transportado e construído conforme a imaginação do cantor. Baudrillard (1991) explica que quando o real já não é o que era e a nostalgia assume todo o seu sentido:

O imaginário da Disneylândia não é verdadeiro nem falso, é uma máquina de dissuasão encenada para regenerar no plano oposto a ficção do real. Daí a debilidade deste imaginário, a sua degenerescência infantil. O mundo quer-se infantil para fazer crer que os adultos estão noutra parte, no mundo, no mundo real, e para esconder que a verdadeira infantilidade está em toda parte, é a dos próprios adultos que vem aqui fingir que são crianças para iludir a sua infantilidade real (Idem, Ibidem, p.21).

Descrito por Brown (2010) como artista perfeccionista, Michael Jackson buscou parcerias de peso para alcançar seus objetivos ainda na fase pós-*Jackson Five*. O mais importante parceiro foi o produtor musical e arranjador Quincy Jones, grande responsável por reformular a carreira do cantor e ajudá-lo a criar um novo estilo musical. O encontro dos dois aconteceu em “*Off the Wall*”, disco solo de estreia na gravadora *Epic* em 1979. O empreendimento musical resultou em 12 milhões de cópias vendidas, quatro faixas no *Top 10* dos Estados Unidos 173 semanas consecutivas nas paradas de sucesso.

O segundo projeto da parceria Michael-Quincy foi lançado em 1982: *Thriller*, o disco mais vendido da história da indústria fonográfica. George (2011) relata que o videoclipe homônimo, considerado um marco do ponto de vista estético e espetacular, foi intensamente veiculado por uma emissora até então nada afeita à presença negra em sua tela e estúdios: a MTV.

A música popular é influenciada pelo espetáculo uma vez que a televisão vídeo-musical (MTV) se tornou a maior provedora da música, transformando o espetáculo no centro da produção e da distribuição musical. Madonna e Michael Jackson jamais se tornariam superas-tos globais da música popular sem a produção espetacular de seus videoclipes e

o exagero de seus shows. Ambos também moldaram suas vidas como um espetáculo, gerando o máximo de publicidade e atenção (nem sempre positiva!). (KELLNER, 2006, p.10). De acordo com De Marchi (2016), a relação entre artista e público se estreita graças às articulações estabelecidas entre as gravadoras e os meios de comunicação de massa. Ele recorda que na era dos inventores, as gravadoras tornavam seus produtos públicos através dos catálogos das lojas (muitas empresas tinham suas próprias lojas de discos) ou por meio de anúncios publicados em diferentes jornais e revistas, uma prática ainda comum no comércio varejista. Com o desenvolvimento da radiofusão, da indústria do cinema e das grandes gravadoras, esta relação se transformou. Segundo o pesquisador, a publicidade impressa deu lugar às complexas estratégias de exposição dos artistas e dos discos em diferentes meios de comunicação. A produção e distribuição de bens emergiram com as grandes corporações fazendo com que a exposição dos produtos das grandes gravadoras nos diferentes meios de comunicação se convertesse numa técnica decisiva para o controle do mercado fonográfico. Afinal, era a tal exposição que incitava o interesse do público pelo disco.

A partir da interação dos agentes do mercado fonográfico, como críticos musicais, fãs, agentes das gravadoras e os próprios artistas, pode-se dizer que os gêneros musicais são teias de significados que criam um padrão cognitivo sobre determinada sonoridade, conectando-a a grupos sociais e seus estilos de vida. (Idem, Ibidem)

Debord (1967), numa crítica ao sistema capitalista de produção, define o espetáculo como uma sociedade de consumo organizada em torno da produção e do consumo de imagens, mercadorias e produtos. A cada novo lançamento de Michael Jackson, a lógica do espetáculo se manteve na tentativa de mobilização, domínio dos meios de comunicação de massa, incentivo ao consumo e, por consequência, geração de lucros. Assinados pelo cantor, os produtos adquiridos pelo consumidor geram uma relação de proximidade, estabelecendo um vínculo, uma relação de afeto.

Após dez anos afastado da cena musical, a turnê “*This is it*” marcaria o retorno triunfal do cantor ao *show bizz*. Com a morte do ídolo em 2009, a máxima popular “rei morto, rei posto” não se aplica a Michael Jackson. O funeral do artista, com requinte de superprodução aconteceu num grande estádio de Los Angeles e foi transmitido em cadeia global. Segundo a *Revista Rolling Stone*, Michael Jackson faturou, ao longo de

sua carreira, cerca de 7 bilhões de dólares e de acordo com levantamentos recentes da *Revista Forbes* é a celebridade morta mais lucrativa da história do *showbizz*. O cantor chegou a ser considerado, ainda, “o maior ícone negro de todos os tempos”, uma controvérsia diante das metamorfoses as quais ele se submeteu. Existiram anteriormente outras situações que ligaram fortemente o artista Michael Jackson ao dado racial. De acordo com George (2011), o astro pop e seus irmãos, através da série de desenhos animados que a *Motown* vendeu para a rede *ABC* que eram exibidos nas manhãs de sábado, ajudou a “tornar os negros menos exóticos para os brancos”. Já Kellner (2001), ao tratar das questões raciais pelo viés da música produzida e cantada por artistas negros – sobretudo no período das lutas civis – afirma que é significativo que a música negra utilizasse a cultura da mídia para disseminar seus significados, seus sons, suas vozes”. O artista inseriu o dado da negritude e da vivência sócio-político-cultural negra à sua época em seus clipes. Tal inserção foi fruto de “negociações” com a indústria cultural (com suas preocupações mercadológicas) assim como aquelas provenientes de posições artísticas assumidas pelo artista. Incluiu, ainda, entender o que algumas das produções culturais assinadas por Michael Jackson tem-nos a dizer sobre as negociações identitárias, aqui entendidas a partir das contribuições de Stuart Hall, e possíveis de serem vivenciadas e postas em curso também pelos grupos negros na contemporaneidade.

Cai fora!

Quinta faixa do disco *Thriller*, lançado em 1983, “*Beat It*” é resultado de um desafio do produtor Quincy Jones a Michael Jackson: uma canção com elementos do rock no repertório, o que marcaria a estreia do astro – bastante habituado ao soul, disco e pop music – no estilo, feito que seria repetido posteriormente em outros discos. Na livre tradução *Beat It* significa “cai fora”, gíria muito comum nos guetos norte-americanos quando o alguém atravessa o território inimigo.

A película foi gravada na *Skid Row Street*, bairro periférico de Los Angeles e contou com duas gangues rivais reais: *The Bloods* e *The Crip*. Os integrantes dançaram mesclados entre dançarinos e o cantor com o intuito de trazer autenticidade à música e ao videoclipe.

O clipe mostra um Michael Jackson pacifista e mediador de conflitos, contrário às brigas de gangues, algo muito comum no final dos anos 1970 e meados dos anos 1980 em espaços de segregação social e racial nos Estados Unidos. No livro “*You are not alone*” em homenagem ao cantor, Jermaine Jackson, irmão de Michael e companheiro no grupo Jackson 5, relata que deu a ideia de fazer o clipe da música em cima dos confrontos de gangues, porque eles próprios assistiram a vários da janela da casa onde moravam em Gary, área extremamente violenta. Para Wacquant (2001), a marginalidade urbana nas sociedades avançadas capitalistas são resultados de uma estratégia governamental que fomentam a pobreza porque dá origem a um Estado Centauro – uma cabeça neoliberal para com o tratamento socioeconômico, mas um corpo autoritário quanto a consequência do neoliberalismo, entre elas a desigualdade social:

Na ausência de qualquer rede de proteção social, é certo que a juventude dos bairros populares esmagados pelo peso do desemprego e do subemprego crônicos continuará a buscar no “capitalismo de pilhagem” de rua (como diria Max Weber) os meios de sobreviver e realizar os valores do código de honra masculino, já que não consegue escapar da miséria no cotidiano. (Idem, ibidem, p.8)

“Beat It” ainda faria história ao ser usada como tema da campanha anti álcool e antidrogas *Drinking and Driving Can Kill A Friendship* (Dirigir depois de beber pode matar uma amizade). O engajamento de Michael Jackson resultou num prêmio concedido pelo presidente Ronald Reagan e entregue ao cantor em cerimônia na Casa Branca. A música também transitou por outro nicho inusitado: o dos games *Guitar Hero World Tour Adivision* (2008) e *Michael Jackson – The Experience* (2010).

Preto ou Branco?

“*Black or White*”, considerada uma das músicas mais importantes da carreira de Michael Jackson, foi lançada em 1991 no disco *Dangerous* e demonstra a sensibilidade do cantor às causas humanitárias e aos conflitos mundiais resultantes das tensões raciais. Ao propor um debate sobre harmonia racial, o artista se posiciona contra o preconceito e adota um discurso mais generalista. Goffman (2009) explica que uma representação social efetiva geralmente recorre a uma idealização porque o desempenho do indivíduo tende a incorporar valores oficialmente reconhecidos pela sociedade. Os novos trabalhos também apresentam, esteticamente falando, um novo Michael Jackson (cada vez mais branco) ao mundo. As frequentes cirurgias estéticas, o clareamento da pele, explicados por ele como consequências do vitiligo, o transmutou em pessoas bem diferentes, do ponto de vista fenotípico, se compararmos com o menino de cabelos “*black power*” revelado ao mundo em 1969 e como vocalista do *Jackson Five*. Dirigido por Jonh Lands, o mesmo diretor de *Thriller*, considerado o maior todos os tempos por causa da inovação de seus efeitos especiais, o clipe escreveu um importante capítulo na história da música mundial. Lançado simultaneamente no dia 14/11/1991 em emissoras como *VH1*, *FOX*, *BET*, *MTV*, o clipe de “*Black or White*” alcançou uma audiência de 500 milhões de telespectadores ao redor do mundo.

No Brasil, o clipe foi exibido – numa época em que ainda não existia internet – com exclusividade pelo Fantástico, gerando grande repercussão e audiência ao programa, além de pautar outros veículos. Neste clipe, a dinâmica consiste na presença do cantor em várias partes do mundo dançando e interagindo com diferentes etnias para reforçar os laços de união, tolerância e respeito.

O objetivo era celebrar o princípio da igualdade, dado marcante na cena de amorfia de rostos presente na última parte do clipe, além de passar uma mensagem universal de paz entre todos e eliminação de toda forma de preconceito. Já a transformação de uma pantera na figura de Michel Jackson no final do clipe bem como a performance do cantor com as mãos na virilha como se estivesse se masturbando, seguida de uma série de ações de vandalismo não agradaram o público na época e colocaram o cantor mais uma vez no centro de uma grande polêmica.

Mesmo depois de pedidos de desculpas por parte do artista, da inserção por efeitos especiais de palavras racistas, símbolos de grupos como o *KL*, o nome de Hitler, a *NAUS* – Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais | Volume 1 | Número 1

suástica entre outros elementos nos alvos que eram destruídos em cena por Michel Jackson, as emissoras decidiram censurar a parte final do clipe para evitar perda de audiência e de anunciantes.

Eles não ligam para a gente

Lançada em 1995 no disco *History*, considerado o trabalho mais autobiográfico do cantor, a música “*They don’t care about us*” foi composta e produzida por Michael Jackson e traz em si um caráter bem pessoal. Diferente de seus outros trabalhos, marcados por discursos mais genéricos e universais, neste disco o artista – que havia enfrentado denúncia de abuso sexual nos tribunais dois anos antes – coloca sua música a serviço de suas percepções do mundo e discute questões sociais de forma mais aberta e explícita, sobretudo a questão racial. Jacques Attali explica que a música é mais que um objeto de estudo, é um meio de perceber o mundo e refletir sobre a sociedade:

Pero cuál sentido? La música és “la confrontación dialéctica con el curso del tiempo”. Ciencia, mensaje y tiempo, la música es todo eso a la vez: pues ella, por sua presencia, es modo de comunicación entre el hombre y su medio ambiente, modo de expresión social y duración. És terapêutica, purificadora, englobadora, liberadora, arraigada en una ideia global del saber sobre el cuerpo, en la búsqueda de exorcismo mediante el ruido y la danza. Pero ella es, también, tiempo pasado en ser producida, escuchada, intercambiada. (Idem, Ibidem, p.19)

Em síntese, “*They don’t care about us*”, traz em seu bojo questões como a desigualdade social, a violência policial e o racismo. Em dois trechos da música, Michael Jackson cita dois ícones na luta pela igualdade racial: o ex-presidente Franklin Roosevelt e o ativista Martin Luther King ao afirmar que “se ambos fossem vivos, não permitiriam que a situação chegasse a que ponto chegou”:

*You know I really do hate to say it
The government don't wanna see*

*But if Roosevelt was living
He wouldn't let this be, now
Some things in life they just don't wanna see
But if Martin Luther was living
He wouldn't let this be, now*

As polêmicas deram as tônicas da música e posteriormente do videoclipe. Consideradas pejorativas pela comunidade judaica, o uso das expressões “jew” e “kike” na letra renderam várias manifestações de repúdio, críticas e até mesmo a acusação de que Michael Jackson seria antissemita mesmo com o teor anti preconceito da canção. Primeiro veículo a denunciar a letra no artigo *In New Lyrics, Jackson Uses Slurs*, o jornal The New York Times abriu espaço para que o cantor se pronunciasse:

"The idea that these lyrics could be deemed objectionable is extremely hurtful to me, and misleading. The song in fact is about the pain of prejudice and hate and is a way to draw attention to social and political problems. I am the voice of the accused and the attacked. I am the voice of everyone. I am the skinhead, I am the Jew, I am the black man, I am the white man. I am not the one who was attacking. It is about the injustices to young people and how the system can wrongfully accuse them. I am angry and outraged that I could be so misinterpreted.

Existem duas versões de clipes para a música e ambas foram dirigidas pelo cineasta Spike Lee. Um ano depois do lançamento de *History*, a primeira versão foi gravada em solo brasileiro e tiveram dois cenários: as ruas do Pelourinho em Salvador com a participação do bloco afro Olodum e a favela do Morro Dona Marta, em Botafogo, zona sul carioca, considerados dois espaços de segregação social e racial. A presença de Michael Jackson em solos cariocas trouxe polêmicas: além dos rumores de uma possível negociação com traficantes para viabilizar a gravação, o artista enfrentou resistências de órgãos do governo local que se posicionaram contra a gravação do clipe. O entrave inicial se deu sob o argumento de que a empreitada projetaria uma imagem negativa da cidade mundo afora e afetaria o comércio e o turismo, duas grandes vocações do Rio de Janeiro, o segundo município brasileiro mais importante. Em contraposição, conforme relata o jornalista Caco Barcellos no livro “Abusado – o dono

do Morro Dona Marta”, os moradores apoiaram a gravação do clipe porque enxergavam a possibilidade de expor as mazelas sociais e trazer atenção a uma grande parcela da população esquecida pelos governos:

...da maior festa de todos os tempos da comunidade: a gravação de um clipe de Michael Jackson no Santa Marta. Para recepcionar o astro americano... uma faixa, que seria fixada no alto do morro, o que gostaria de falar diretamente a Jackson: “Welcome to the world...not the wonderful world...but humble world of the poor people.” (Bem-vindo ao mundo...não a um mundo maravilhoso... mas ao mundo humilde do pobre). (Idem, 2003, p.327)

Debord (idem) registra que as experiências cotidianas são pautadas pelo espetáculo, que pode ser um instrumento para a pacificação e despolitização. Graças à alienação dos espetáculos, o telespectador submisso e passivo se afasta da vida produtiva, se distraíndo das tarefas mais urgentes da vida real. Embora não descarte a existência de um processo de saturação da arena política tradicional nem os investimentos expressivos na fruição do entretenimento, Herschmann (2005) sinaliza que o espetáculo não representa necessariamente o desinteresse político da sociedade contemporânea. De acordo com o teórico brasileiro, o espetáculo contemporâneo parece indicar a emergência de uma nova arena política, a mediática, cujos vetores resultam na espetacularização e a alta visibilidade construída neste ambiente são estratégias para que discursos e ações (políticas) ganhem êxito. Ao escolher a favela carioca como cenário de gravação do clipe, Michael Jackson ao mesmo tempo em que espetaculariza o Morro Dona Marta com um território de exclusão, ressignifica aquele espaço, potencializa um discurso de justiça social em escala mundial ao dar voz ao subalterno. A outra versão do clipe, gravada dentro de uma penitenciária chama a atenção para a questão do encarceramento em consequência de um falido Estado de Bem-Estar Social em atendimento a uma agenda neoliberal. (Wacquant, 2001). Considerado pesado para a época, o clipe só era exibido pela MTV durante as madrugadas por causa do forte impacto das cenas de violência, abusos e arbitrariedades que ferem os direitos humanos. Num dos trechos, a imagem de Martin Luther King e de Franklin Roosevelt são projetadas enquanto Michael Jackson diz na canção que “se eu fosse vivos, não estaríamos nesta situação.

O aumento da população carcerária está ligado a diversos fatores, entre eles o econômico e a alteração dos modos de produção, agora flexíveis com a redução da industrialização com a monetização do mercado e esvaziamento do Estado bem como a remoção de seu caráter social, culminando em desemprego, no aumento da pobreza, desigualdade social, explosão de violência e conseqüentemente, o surgimento de um Estado Penal. (Wacqant, 2008). O gueto tem na sua natureza constitutiva, a ausência do direito à cidade, a interdição do exercício de cidadania e acesso a direitos básicos como saneamento, saúde, educação e a repressão costuma ser a única forma de presença do Estado nestes territórios.

Embora as críticas elaboradas por Michael Jackson na letra de “They don’t care about” recaiam sobre as mazelas da sociedade norte-americana, é possível contextualizá-la e aplicá-la na realidade brasileira. Mesmo sendo parte da indústria de entretenimento, os dois clipes, adquirem caráter político porque dão pistas de que a pobreza tem raça, gênero e geografia.

Conclusão

Após a análise dos três videoclipes neste trabalho, concluímos esta pesquisa, ainda que de forma provisória que, diferentemente de outros artistas afro-americanos como o cineasta Spike Lee da cantora Beyoncé, por exemplo, não sendo uma personalidade artística explícita e incondicionalmente engajada com a questão negra, Michael Jackson aborda episodicamente a temática no decorrer de sua vitoriosa carreira. Em diversas fases de sua trajetória, o cantor se coloca na contramão de um discurso politicamente engajado e em negociação permanente com a indústria do espetáculo e respeitoso com a liberdade de criação artística.

Na condição de um artista mundialmente famoso, Michael Jackson atravessou gerações e conseguiu tornar-se ídolo de milhões de pessoas no mundo todo, além de preso a questões mercadológicas impostas pela cultura da mídia globalizada produz um discurso artístico universalista, que prega a igualdade entre todos, independente das diferenças raciais.

Notas de rodapé

¹ Fundada em 1959 por Berry Gordy Jr, a gravadora revelou artistas negros como The Supremes, Marvin Gaye, Stevie Wonder, Jackson Five entre outros. A companhia também investiu na criação de uma imagem idealizada de seus intérpretes. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,motown-o-motor-que-nunca-para,1012193>, acesso em 13/04/2018

¹ Disponível em <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/45/michael-jackson-especial#imagem0> . Acesso em 13/04/2018

¹ Disponível em: <http://www.forbes.com.br/listas/2016/10/13-celebridades-mortas-mais-lucrativas-do-mundo-em-2016/> Acesso em 13/04/2018

¹ Disponível em : <https://www.nytimes.com/1995/06/15/arts/in-new-lyrics-jackson-uses-slurs.html> Acesso em: 15/04/2018

Referências bibliográficas

ATTALI, JACQUES. “Escuchar”. In: Ruidos - Ensayo sobre la Economía Política de la Música. Espanha: Siglo XXI, 1995.

BARCELLOS, Caco. **Abusado: O Dono do Morro Dona Marta**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Tradução: Maria João da Costa Ferreira. – Lisboa: Ed. Relógio D’Água, 1991.

BROWN, Geoff. **Michael Jackson, uma vida na música**. Tradução Teodoro Lorent. São Paulo: Masdras, 2010.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Tradução Estela dos Santos Abreu. – Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEMARCHI, Leonardo. **A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2016.

GEORGE, Nelson. **Thriller, a vida e a música de Michael Jackson**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2011.

GOFFMAN, Erving. **A invenção do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

HALL, Stuart. **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

HERSCHMANN, Micael. **Espetacularização e alta visibilidade: a politização da cultura hiphop no Brasil contemporâneo**. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (Orgs.). Comunicação, Cultura & Consumo. A (des)construção do espetáculo contemporâneo. 1 ed. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2005.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo: Edusc, 2001.

_____. *“Cultura da Mídia e Triunfo do Espetáculo”*. In: MORAES, Denis de (org). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro, Ed. Mauad, 2006.

NAUS – Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais | Volume 1 | Número 1

WACQUANT, Loic. **As prisões da miséria**. Tradução de André Telles. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Punir os pobres: a nova gestão da miséria nos Estados Unidos (a onda punitiva)**. Tradução de Sérgio Lamarão. Rio de Janeiro: Revan, 2003.

_____. **As duas faces do gueto**. Tradução de Paulo Cezar Castanheira. – São Paulo: Boitempo, 2008.