

## O espetáculo e o ser - dimensões da continuidade e descontinuidade na produção de conteúdo auto-documental no Instagram

Marco Antônio de Souza Laranjeira Ferraz<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, Bahia

**Resumo:** Instigado pela dimensão da continuidade e descontinuidade da performance, apresentado pelo Prof.Dr. André Brasil em seu texto “A performance: entre o vivido e o imaginado”, onde o autor é provocado por um conjunto de filmes nacionais, que carregam um caráter documental, a buscar uma definição conceitual da performance, a presente hipótese busca tomar emprestado tais conceitos e extrapolá-los para além da dimensão do cinema, aplicando-os em uma análise fenomenológica da performance na produção e publicação de conteúdo auto-documental no ambiente das redes sociais, refletindo sobre suas implicações na construção da subjetividade do sujeito no contexto de uma sociedade do espetáculo.

**Palavras-chave:** performance; sociedade do espetáculo; consumo; cultura digital.

### Introdução

Partiremos em princípio do entendimento acerca daquilo que envolve a continuidade e a descontinuidade. André Brasil vale-se em seu artigo da noção que a cena está em curso antes da filmagem e continua em curso quando a filmagem é encerrada, devido ao fato de que o processo de produção fílmica já carrega a subjetividade e a troca intersubjetiva daqueles que produzem e que estão envolvidos na produção do filme e a experiência conjunta ainda se dá após os créditos. O filme é um recorte da vida que é ficcionado, mas ainda é parte do vivido, é continuidade da experiência, da vida e do mundo, mas ao mesmo tempo é descontinuidade, rompimento que ocorre na captura de um determinado momento pela câmara. Tal dinâmica de continuidade e descontinuidade acarreta uma aproximação do real e da ficção. O autor pontua que “A passagem, transfiguração e transformação do mundo vivido em mundo imaginado, do real em ficção é a contraface do apelo realista que marca fortemente nossas ficções.” (Brasil, 2011, p. 2), para logo em seguida evidenciar uma lógica presente nos *reality shows*: A indeterminação entre a vida real e a ficção.

Se aquilo que estava presente no filme documental se intensifica no *reality show*, essa indeterminação é extremada no ambiente das redes sociais na produção de determinados tipos de conteúdo em que é publicizada a própria vida. Segundo Brasil (2011), o contexto de entrelaçamento intenso entre as formas de imagem e as formas de vida, as tornariam, em um limite, indiscerníveis. Nessa miscelânea do real e do ficcional envolvidos na performance, o

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do CAHL-UFRB, especialista em Gestão Empresarial e Marketing pela ESPM-SP, graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Salvador, membro do grupo de pesquisa Corpo e Cultura e bolsista FAPESB. Email: [marcoferraz260@gmail.com](mailto:marcoferraz260@gmail.com).

caráter duplo da continuidade e da descontinuidade são produzidos ao mesmo tempo, sendo a performance entendida como um momento de exposição, onde a forma aparece e realiza-se à medida que aparece.

Seja na mídia, nas artes visuais ou no cinema, não são poucas as experiências em que as imagens parecem não apenas representar ou figurar – não apenas, ressaltamos logo – mas inventar, produzir formas de vida, estas que mantêm com a obra uma relação de continuidade (em certos aspectos) e descontinuidade (em outros). Isso nos permitiria afirmar que as performances que ali se produzem (dos autores e dos personagens) estão, simultaneamente, no mundo vivido e no mundo imaginado, elas são, a um só tempo, forma de vida e forma da imagem (Brasil, 2011, p. 5).

Considerando o universo das redes sociais e da vida como fonte de conteúdo a ser publicizado, podemos entender que a performance social já está em curso. Tomemos como exemplo a produção de um *story*<sup>2</sup> de uma refeição qualquer ou uma *self* compartilhada em uma rede social como o Instagram. A experiência da performance é iniciada previamente na dimensão privada, a produção da cena e seu compartilhamento expressam-se como continuidade da experiência vivida, contudo, ela representa também uma descontinuidade, um recorte da própria experiência que sai da dimensão privada e é socializada na rede, é também uma descontinuidade da performance, transformada pela interação com a câmera. O compartilhamento totaliza semanticamente uma experiência e uma forma de performance na rede, mas ao mesmo tempo, é parte da continuidade que envolve aquilo que não será publicado. Brasil (2011) ainda sustenta que em certas obras, como por exemplo, no filme documental, a vida cotidiana produz a ficção, mas em uma via de *mão dupla*, a vida “se produz” nas imagens, podendo essa aproximação da vida e da imagem ser realizada de diversas formas a depender das obras e dos processos de construção do filme. Nas redes sociais, a dinâmica da vida produzindo imagens e inversamente “se produzindo” nas imagens torna-se parte do cotidiano.

A hipótese que debateremos adiante é a de que o movimento de continuidade e descontinuidade performática no ambiente das redes sociais pode revelar-se como processo de construção de subjetividades em uma dimensão espetacular, postulada por Guy Debord (1997) como um deslizamento generalizado para o parecer, a extração do prestígio imediato da experiência através do “tornar público”. Nesse sentido, a experiência não estaria completa no viver a experiência em si, mas no seu compartilhamento, de forma que a produção da imagem

---

<sup>2</sup> Tipo de publicação da rede social Instagram, que pode ser em formato de imagem ou vídeo, de duração máxima de 15 segundos, cujo tempo disponível para visualização é de 24 horas.

se torna o objetivo da experiência, marcando sua descontinuidade, mas apenas, para logo depois, tornar-se parte da continuidade instituída na interação com o espectador.

## **Metodologia**

Nosso debate será estruturado em torno do método hipotético-dedutivo, descrito por Kaplan (1972, p. 12), conforme citado por Gil (2008), como sendo uma combinação de observações, antecipações e intuições científicas que “alcançam um conjunto de postulados que governam os fenômenos pelos quais está interessado” (Gli, 2008, p. 12). A pesquisa é de caráter exploratório, tendo em vista que tem por objetivo “proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (Gil, 2008, p. 27), e utilizará o levantamento bibliográfico como principal fundamento para a hipótese proposta, valendo-se especialmente dos conceitos de continuidade e descontinuidade de André Brasil, articulando-os como processos de construção da subjetividade do ser na sociedade do espetáculo, conceituada por Guy Debord, contudo, aplicando tais conceitos ao universo das redes sociais, com o complemento de Sibília, Pacífico e Gomes. Autores como Renata Pitombo, Jorge Cardoso, Juliana Gutmann, Muniz Sodré e Roger Odin, darão conta dos aspectos que envolvem a sensibilidade, interações afetivas e a dimensão estética das imagens, além de Baudrillard e Bauman, que fundamentarão a articulação da sociedade do espetáculo e a sociedade do consumo.

O debate consistirá em argumentar que aspectos da dimensão de continuidade e descontinuidade da performance atua como processo de construção das subjetividades em nossa sociedade do espetáculo (sendo tal subjetividade orientada para uma forma de ser e estar no mundo segundo uma lógica de consumo capitalista), tratando especificamente de um tipo preciso de conteúdo, a produção auto-documental (ou seja, postagens e materiais que indivíduos criam e compartilham sobre duas próprias vidas e experiências) na plataforma de rede social *Instagram*. Nossa argumentação também buscará demonstrar como as interações entre produtor e receptor do conteúdo passam por uma dimensão de receptividade afetiva, sensível e imaginária. Posteriormente faremos uma análise de conteúdo de imagens publicadas na rede social *Instagram* a fim de exemplificar nosso ponto empiricamente.

## **Performance e espetáculo digital**

Se existe uma continuidade da experiência na vida e no mundo físico, podemos também nos indagar: Como essa interação continua a vivência mediada pela virtualidade das redes sociais? Respondemos a essa pergunta apelando para a dimensão simbólica e sensível da

performance que atinge o espectador e contribui para a construção do “eu” que publica o conteúdo audiovisual auto-documental. A descontinuidade e a continuidade da representação e construção performática da vida nas redes sociais e a indistinção entre a imagem e a vida, a ficção e o real, denunciam como o espetáculo debordiano está presente na vida cotidiana, e como suas noções atualizam-se na medida em que a imagem não é o fim objetivo da experiência, mas parte integrante da construção da subjetividade do sujeito.

Paula Sibilia (2016) nota que o estopim desse movimento de espetacularização da vida cotidiana nas redes sociais tem início na primeira década do século XXI, quando as empresas administradoras de redes sociais perceberam que poderiam utilizar os conteúdos criados e consumidos por seus membros à serviço do mercado, para fins de uma publicidade não invasiva e baseada em comportamento, de forma que cada usuário foi transformado, não somente em uma fonte de dados para empresas que desejassem uma maior segmentação para seus anúncios, como propagadores e referências confiável enquanto consumidores de produtos para suas rede de amigos. Esse fenômeno aponta para aquilo que Pacífico e Gomes (2019, p. 169) descreveram de modo perspicaz - Os processos técnicos de nossa era digital não apenas redirecionaram grande parte de nossas interações para o ambiente virtual, como reconfiguraram as formas de se relacionar a partir das diretrizes desse ambiente - tese que corrobora com a afirmativa de Debord (1997, p.25), “o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem”.

Essa reificação da experiência individual e das relações sociais nas redes digitais mediadas por imagens expressam novos modos de ser e estar no mundo, ou nas palavras de Sibilia:

Não há dúvidas de que tais forças históricas imprimem sua influência na conformação dos corpos e das subjetividades: todos esses vetores socioculturais, econômicos e políticos exercem uma pressão sobre os sujeitos dos diversos tempos e espaços, estimulando a configuração de certas formas de ser e inibindo outras modalidades (2016, p. 15).

Para a autora, na sociedade do espetáculo do século XXI esse deslocamento da subjetividade “interiorizada” para uma “exteriorizada” se deve, também, aos processos de globalização dos mercados e a incitação à visibilidade de uma sociedade altamente midiaticizada. Tal dimensão espetacular expõe a presença de uma orientação ideológica da performance nas redes sociais que remete à lógica do sistema cultural e do modo de produção na qual as principais redes sociais do ocidente encontram-se, isto é, uma cultura capitalista, um “regime histórico que precisa de certos tipos de sujeitos para alimentar suas engrenagens” (Sibilia, 2016, p. 25).

A partir desse novo modo de ser e estar no mundo: virtual, reificado e midiaticizado, em que a subjetividade é construída através de movimentos de continuidade e descontinuidade da

performance digital, percebemos que ao produzir conteúdo tendo a própria vida como matéria-prima, o produtor é também diretor do espetáculo de si, determinando as performances e *mise-en-scène* que irão compor seu universo simbólico a ser comunicado, tendo sempre em mente que a comunicação depende desse universo simbólico já estar inscrito na cultura que o produtor/diretor do espetáculo de si compartilha com seus pares, ou nas palavras de Stuart Hall (2016, p. 36), “uma vez que julgamos o mundo de maneira relativamente similar, podemos construir uma cultura de sentidos compartilhada...”.

O fato de vivermos em uma sociedade de consumo capitalista deixa claro que o consumo exerce grande influência sobre a cultura, a ponto de inspirar Jean Baudrillard (2009, p. 9) a escrever que “o consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática e de resposta global, que serve de base a todo o nosso sistema cultural”. Zygmunt Bauman (2007, p. 20) contribui para essa compreensão ao dizer que nessa sociedade de consumidores, ninguém se torna sujeito sem antes tornar-se mercadoria e a subjetividade é orientada para o esforço do sujeito manter a si mesmo como uma mercadoria vendável. O autor também entende que o principal motivador do engajamento das pessoas nas atividades de consumo é sair da invisibilidade, isto é, mostrar-se, destacar-se da massa de objetos indistinguíveis. Existir é aparecer.

A ‘subjetividade’ dos consumidores é feita de opções de compra – opções assumidas pelo sujeito e seus potenciais compradores; sua descrição adquire a forma de uma lista de compras. O que se supõe ser a materialização da verdade interior do self é uma idealização dos traços materiais – “objetificados” – das escolhas do consumidor (Bauman, 2007, p. 24).

Refletir sobre a espetacularização da vida nas mídias digital e o aquarelamento entre a construção da subjetividade através da performance, da aparência, da sensibilidade e do consumo, demonstram algo ainda mais profundo na dinâmica da continuidade e descontinuidade da produção de conteúdo auto-documental presente nas redes sociais. André Brasil (2011) anuncia uma dimensão performativa imbuída no conceito da performance, na qual tal dimensão performativa exigiria um deslocamento do pensar, de um viés apenas representacional, para “ressaltar seu estatuto ontológico”.

Entre um e outro – a ordem das aparências e a ordem das essências – está o corpo em performance. Nem puramente fato, nem puramente feito, o corpo se constitui, se cria e se inventa – efetivamente – enquanto se performa, enquanto se expõe e, nessa exposição, estabelece uma relação constituinte (Brasil, 2011, p. 10).

O estatuto ontológico da performance em seus movimentos de continuidade e descontinuidade no espetáculo das redes sociais nos mostra que a submissão do sujeito à lógica da sociedade do consumo não é apenas uma captura ideológica que orienta o comportamento do usuário, mas sim, algo que se transforma em elemento constitutivo do ser. Para Pacífico e Gomes (2019, p. 172), para além do simples ato de exposição individual, as formas de representação nas redes sociais buscam um apelo estético capaz de canalizar olhares para um espetáculo individual. Ao performar, criando-se a si mesmo num contexto cultural capitalista, constantemente somos estimulados a agregar mais valor simbólico à nossa subjetividade-mercadoria. Na produção de conteúdo auto-documental nas redes sociais, isso pode se dar através da performance ficcional e das categorias que envolvem a construção de tal performance, como a direção da *mise-en-scène*, ou seja, na determinação daquilo que aparece enquadrado, nos elementos componentes da cena, na escolha do figurino (a roupa vestida), na escalação do *casting*, isto é, quem irá aparecer na imagem, e de tudo aquilo que vai compor a ambientação adequada para que a ficção narrada para os espectadores na descontinuidade da experiência seja mais coerente e mais facilmente assimilada na realidade que virá a ser imposta pela continuidade da vida. Renata Pitombo Cidreira entende que os modos de aparecer tornam-se essenciais em uma época de estetização generalizada, afirmando que “o julgamento do outro passa por essa primeira instância que é a aparição. É através do nosso modo de aparecer que podemos ser. E, assim, afirmamos e reforçamos, a cada vez, a nossa inserção comunitária” (Cidreira, 2020, p. 155). Nas redes sociais, o movimento de continuidade e descontinuidade permite uma construção do ser mediada por incontáveis instâncias de aparições, e a possibilidade do sujeito que dirige a *mise-en-scène* de avaliar a cena e a performance antes de seu compartilhamento manifesta uma curiosa dimensão da afetividade na interação pelas redes sociais, uma afetividade que pode não ser totalmente espontânea, mas direcionada e ficcionada, no entanto, no momento da continuidade da recepção do conteúdo pelo espectador, a ficção direcionada imprime uma afetividade real. Para exemplificar nosso ponto, tomemos emprestado a noção de Cidreira (2020) sobre a roupa ao falar da culturalização do sensível:

O que nos mobiliza é evidenciar que a presença da roupa é quase sempre incontornável. Em alguns momentos ela comparecerá como um componente espontâneo e não consciente; em outros, a roupa será completamente orquestrada na sua relação com o corpo, promovendo uma composição da aparência que objetiva uma especificidade bem definida; poderá, certamente, ainda, atender a uma demanda de provocação de efeito bastante estratégica, sugerindo aproximações com dimensões da fantasia e do imaginário, como no caso da imagem de moda, por exemplo (Cidreira, 2020, p. 163).

Da mesma forma, a produção e compartilhamento do conteúdo na rede pode ter o mesmo caráter, uma composição não consciente, mas em outros casos sendo orquestrada com uma finalidade a ser comunicada. Nesse sentido, concordamos com Cardoso Filho e Gutmann (2019, p. 110) ao dizer que o fictício “atuaria como um terceiro termo, um mediador entre a realidade e o imaginário, pelo qual captamos tanto a forma do real, quanto essa possibilidade do “como se” do imaginário”.

Nesse contexto, o conceito de leitura documentarizante de Roger Odin pode contribuir para o entendimento da recepção do conteúdo “fictício auto-documental” pelo público, com uma diferença de aplicação do filme para a produção do conteúdo digital. Para Odin (2012), a leitura documentarizante é marcada pelo tratamento de todo filme como documento, entretanto, tal leitura não se estabelece sobre “a realidade ou não do representado, mas sobre a imagem que o leitor faz do Enunciador (...aquele que é observado na origem da comunicação fílmica)” (Odin, 2012, p. 14). Na perspectiva da leitura documentarizante do conteúdo, assim como aconteceria com o filme, o receptor das imagens construiria a imagem do Enunciador pressupondo a realidade desse Enunciador, isto é, do produtor/diretor do conteúdo. Ao promover uma descontinuidade, recortando a experiência no momento de sua publicação, a continuidade pela perspectiva da leitura documentarizante do conteúdo auto-documental se daria pela pressuposição da realidade do Enunciador, e não a realidade do que é simplesmente representado, evidenciando uma relação social reificada nas redes sociais, mediada por imagens e também o caráter da produção fictícia das redes sendo assumida como documento.

Uma interessante conexão que abre brechas para a articulação entre o movimento de continuidade e descontinuidade de André Brasil e a leitura documentarizante, é que Roger Odin (2012) ainda trata a possibilidade da leitura documentarizante de forma descontinuada, em que em alguns momentos pode ocorrer o fenômeno de forma contínua, pontual e em outros, nem mesmo acontecer. É pontuado também que essa forma de leitura poderia acontecer “à revelia, de uma maneira totalmente súbita e improvisada” (Odin, 2012, p. 22), contribuindo para uma receptividade simbólica e afetiva nos termos do que Muniz Sodré (2006) vai chamar de estratégias sensíveis. Tais estratégias são descritas pelo autor como sendo uma afetividade “sem medida racional, mas com abertura criativa para o outro” (Sodré, 2006, p. 10), além de ser uma “estratégia de aproximação das diferenças - decorrente de um ajustamento afetivo, somático, entre partes diferentes num processo” (Sodré, 2006, p. 11). A continuidade que se dá nas redes sociais pela recepção do conteúdo pelo público nessa perspectiva seria primeiro de ordem afetiva e somente em um segundo momento, de ordem racional, especialmente devido à velocidade, efemeridade e volume dos conteúdos que passam diariamente pela tela dos usuários

das redes sociais. A dimensão sensível seria uma forma de inteligibilidade e recepção mais rápida das relações sociais e das mensagens presentes nas redes.

### **Análise e discurso**

Toda nossa análise partirá de um relato pessoal, com objetivo de demonstrar como as hipóteses levantadas se dariam no cotidiano.



Figura 1: Captura de tela/Instagram



Figura 2: Imagem do autor

As imagens acima representadas foram produzidas por amigas pessoais do grupo de pesquisa Corpo e Cultura (UFRB-BA), durante uma viagem para o Intercom Sudeste 2024, estávamos conhecendo a cidade de Belo Horizonte-MG, antes de partirmos para o evento em Barbacena-MG. A primeira imagem foi produzida no restaurante do museu do Banco do Brasil, onde paramos para almoçar, até que em dado momento, tomei o azeite, temperei a salada, devolvi o azeite à mesa e, naturalmente, voltei a comer, de imediato a colega à minha direita me diz - Põe sua mão de volta no azeite, gostei da composição - eis que nosso almoço, restrito a 4 pessoas se tornara público, compartilhado com toda uma rede de seguidores. Naquele momento, aquele registro auto-documental expressou para mim um movimento tanto de continuidade, quanto de descontinuidade performática.

A continuidade, em virtude da produção da imagem ser parte efetiva da nossa experiência conjunta, experiência que retornou à dimensão privada e prosseguiu normalmente após a produção e compartilhamento da imagem, mas também descontinuidade, sendo um momento do cotidiano destacado, ficcionado e narrado segundo a manipulação intencional da *mise-en-scène* e das afetividades que seriam transmitidas nas relações sociais mediadas pela

imagem, isto é, pelo espetáculo. Descontinuidade também da performance em certo aspecto, exigindo o retorno de um movimento em função da câmera. Acerca da primeira imagem, poderia dizer ainda que há algo além do meramente representado, há o contexto cultural e histórico da imagem, assim como do ambiente onde ela é socializada. Aspectos como a fato de ser uma viagem acadêmica interestadual, em um grupo de pós-graduandos, o almoço em um restaurante que possui elementos simbólicos que remetem à elegância, são todos signos que são emprestados àquele Enunciador que produz e compartilha tais imagens, contribuindo para a construção da identidade nas redes sociais, a instituição de si como um produto mais vendável e para os modos de se reconhecer no mundo físico.

A segunda imagem é ainda mais expressiva no tocando à transformação da performance pela interação com a câmera. A fotografia foi feita em um momento onde as mulheres estavam distraídas, capturando o momento de forma muito espontânea, contudo, podemos retirar dela algumas interessantes observações, como o fato da amiga com o celular rosa em mãos estar dirigindo as outras duas para comporem a imagem, assim como as outras duas testando qual posição e qual ângulo ficariam melhores para serem publicizados.



Figura 3: Captura de tela/Instagram

A imagem acima ilustrará a questão ontológica da performance nas redes sociais, a constituição subjetiva que se produz enquanto se performa, aquilo que está entre a ordem das aparências e a ordem das essenciais, que se inventa e se efetiva à medida que se expõe.

A fotografia do bar da Heineken no Aeroporto Internacional de Belo Horizonte foi produzida e compartilhada por este que vos escreve. O bar foi o primeiro lugar que visitei ao chegar na cidade para minha primeira viagem no mestrado, imediatamente lembrei do meu melhor amigo, com quem partilhava o objetivo de sermos acadêmicos, e por ironia do destino, fomos aprovados juntos no mesmo período de seleção. A cerveja Heineken sempre foi a marca

registrada de nossos encontros, e lá estava ela, me lembrando de todas as vezes que conversávamos sobre como um dia aquele momento chegaria, e incrivelmente, o bar tocava as músicas que escutávamos juntos desde a infância.

A produção da imagem e seu compartilhamento se instituem ali como um recorte do cotidiano, mas carregam aspectos de memória, de afetividade e do sensível que influem na autopercepção do Enunciador, ainda que não sejam percebidas da mesma forma pelo público receptor, que fará, ou não, uma leitura documentarizante do material auto-documental pressupondo a realidade do Enunciador. Estes aspectos envolvendo a produção, compartilhamento, recepção e interações virtuais expõem a intermediação entre a ordem das aparências e a ordem das essências, do real e do virtual, do fato e do imaginário, o fictício, aquele terceiro termo mediador, componente da formação da subjetividade que se engendra à medida em que é performada e constitui formas de ser percebido e de perceber o mundo.

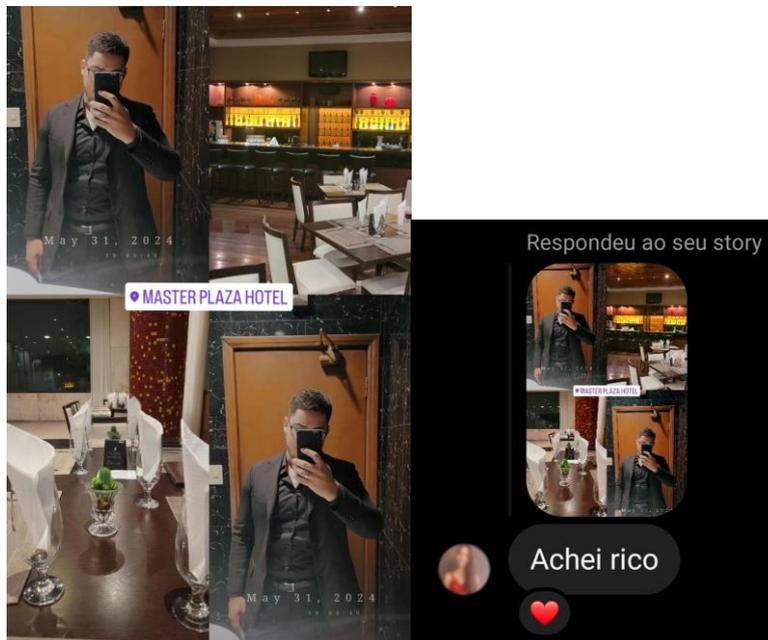


Figura 4: Captura de tela/Instagram

Em nossa última análise, trataremos sobre a leitura documentarizante no ambiente das redes sociais. Podemos ver acima, um comentário acerca de um story publicado, mais uma vez, por este que vos escreve.

A imagem foi produzida em um restaurante de Barbacena – MG, e possuía diversos elementos que remetem ao ideal de sofisticação e status, como por exemplo, o mármore negro e o bar de destilados. Contudo, apesar de possuir muitos elementos que simbolizam sofisticação, os valores das refeições e bebidas em si eram surpreendentemente acessíveis, ainda assim, vemos como a leitura documentarizante do conteúdo ficcional auto-documental pode acontecer. Baseando-se apenas na composição da *mise-en-scène* do conteúdo e da descontinuidade da

experiência recortada e publicizada na rede sociais, uma amiga interage com o conteúdo dizendo “Achei rico” - completa desconexão da realidade - pressupondo a realidade do Enunciador, evidenciando como a leitura documentarizante pode promover uma receptividade simbólica e afetiva dos conteúdos produzidos.

### **Conclusão**

Tal hipótese levantada acerca de algumas faces da continuidade e descontinuidade da produção de conteúdo auto-documental nas redes sociais, imersa em uma cultura consumista, onde o espetáculo das imagens se desenrola e o aparecer é existir, o performar é criar-se a si mesmo, busca animar e contribuir para o debate sobre como o viver em comunidades online se mistura com o viver em comunidades offline, como a dinâmica de produção de imagens virtuais provoca afetividades reais e como aquilo que é ficcionado, dentro de uma lógica capitalista, influi no cotidiano e, para além de uma construção ideológica, torna-se parte da subjetividade do indivíduo.

### **Referências bibliográficas**

BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo. 1ª Edição. Lisboa: Edições 70, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRASIL, André. A performance: entre o vivido e o imaginado. In: PICADO, Benjamim; MENDONÇA; Carlos Magno Camargos; CARDOSO FILHO, Jorge. (Org.). Experiência estética e performance. Salvador: EDUFBA, 2014, p. 131-145.

CARDOSO FILHO, Jorge; GUTMANN, Juliana. Performances como expressões da experiência estética: modos de apreensão e mecanismos operativos. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 47, vol. 01, 2019, p. 104-120. Disponível em <  
<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/81918/53002> > Acesso em 20 jul. 2021.

CIDREIRA, R. P. Aparência e sensibilidade na cultura. In: CIDREIRA, R. P. Memória e Sensibilidade na Cultura Contemporânea. Cachoeira: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2020, p.155-168.

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, Stuart. Cultura e Representação. Ed. PUC - Rio. Rio de Janeiro: Editora Apicuri, 2016.

ODIN, R. Filme documentário, leitura documentarizante. *Significação: Revista De Cultura Audiovisual*, 39 (37), 10-30. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2012.71238>, 2012.

PACÍFICO, Marsiel; GOMES, Luiz Roberto. O espetáculo de si: uma proposição PACÍFICO, Marsiel; GOMES, Luiz Roberto. O espetáculo de si: uma proposição sobre a atualidade da sociedade do espetáculo. *Comunicações*, Piracicaba: UNIMEP, v. 26, ed. 1, p. 165-179, 2019.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro, Contraponto, 2016.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.