

O TikTok e o paradoxo do cotidiano espetacular¹

Autora: Francisca Mortara Barrera San Martin²
Universidade de São Paulo

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre o paradoxo do cotidiano espetacularizado no ambiente das redes sociais de vídeos. Com base na análise formal de sete vídeos do TikTok, observa-se como operam as diluições das fronteiras entre espetáculo e cotidiano, que ressoa também nas fronteiras entre público e privado, amador e profissional e espontâneo e performado. A hipótese formal é que a diluição das fronteiras aparece também na própria tessitura audiovisual, através da atenuação dos limites entre imagem e som.

Palavras-chave: TikTok; espetacularização; atração; redes sociais; audiovisual.

Introdução

Este artigo se vincula a uma pesquisa de doutorado recém iniciada. A intenção é exercitar, ainda de maneira bastante preliminar, um aspecto central da investigação: a reflexão sobre o fazer audiovisual nas redes sociais de vídeos com base em tópicos que emergem da análise formal de conjuntos de vídeos do TikTok. Neste texto, o tema escolhido é a diluição entre fronteiras do espetáculo e do cotidiano no âmbito das redes sociais de vídeos. A hipótese explorada é que o cotidiano surge, nesses vídeos, inserido no paradoxo da espetacularização do trivial, que, em última instância, representa a cotidianização do espetáculo, que se torna trivial; e que isso se reflete, formalmente, na atenuação das fronteiras entre som e imagem. Esse fenômeno da diluição de fronteiras parece carregar consigo outras delimitações que se tornam também porosas: entre o público e o privado, o amador e o profissional, o espontâneo e o performado.

O interesse por ações do cotidiano da vida privada nas imagens em movimento é tão antigo quanto o próprio cinema. O filme *Repas de bébé*, dos irmãos Lumière, de 1895, ilustra a singela e corriqueira cena de um bebê sendo alimentado, nada mais espontâneo e trivial. Tom Gunning, com seu conceito de cinema de atrações (2006), lembra que o interesse pelo aparato que produz as imagens, e pela própria imagem em movimento, é peça chave para compreender o primeiro cinema, o que poderia ajudar a explicar o interesse por imagens do cotidiano doméstico, como do bebê que se alimenta. Esse

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – USP, sob orientação de Esther Império Hamburger. E-mail: chicasanmartin@usp.br

interesse parece ressurgir diante da chegada de novas mídias. Ainda no princípio, o Youtube, por exemplo, foi rapidamente inundado de vídeos de gatos e de cachorros. Essa era uma provocação da própria plataforma, que, em 2005, sugeria textualmente a publicação de vídeos de animais de estimação, conforme rememoram Burgess e Green (2009, p.3). Os autores também relembram o slogan inicial da plataforma “broadcast yourself”, em tradução livre, algo como “coloque-se no ar”. É possível analisar o Youtube, também, pela lógica da atração, nos termos propostos por Gunning ao se referir ao primeiro cinema, isto é, procurando compreender o que, nesse fenômeno, constitui a atração – entendendo a atração como vinculada, entre outras coisas, à novidade e ao fascínio pelas possibilidades técnicas viabilizadas pelo aparato. Nesse contexto, pode-se pensar que a atração pelas possibilidades do aparato ressurgiu, mas deslocada, não mais centrada no fascínio pela imagem em movimento, e sim na possibilidade de sua publicação pelo cidadão comum. Já se delineia, nesse ponto, uma fricção entre público e privado, relacionada à tensão entre espetáculo e cotidiano, ou seja, entre aquilo que pertence à esfera do publicável, como um espetáculo, e aquilo que é de foro íntimo, como o cotidiano. O slogan “broadcast yourself” é um convite à publicização do indivíduo, inclusive nas suas ações cotidianas. Paula Sibilia chamou de *extimidade* esse “fenômeno tão contemporâneo de exibição de intimidade” (2016, p. 55) que habita as redes sociais.

O TikTok surge onze anos após o início do Youtube, em 2016. Naquele momento, o cenário técnico já é outro, o uso do *smartphone* está estabelecido e o amplo acesso à produção e publicação de imagens pessoais não é mais novidade. O que se poderia dizer do TikTok é que ele vem fortalecer o amplo acesso a ferramentas de pós-produção. Embora outros aplicativos já oferecessem recursos similares, é após a explosão do TikTok que se consolida o acesso de um público amplo a ferramentas que até alguns pares de anos antes eram destinadas a profissionais, como edição não linear com diversas pistas de som e de imagem e uso de filtros e de efeitos especiais. Mais recentemente, foi adicionado também o acesso a ferramentas de inteligência artificial generativa.

Importante lembrar que o TikTok surgiu como um espaço dedicado à divulgação musical, seria similar ao Musical.ly, a que o TikTok se fundiu em 2017 - uma rede social voltada para a divulgação de pequenos trechos de músicas, em forma de videocliques. Apesar de hoje ter expandido o seu escopo para vídeos variados, a plataforma ainda mantém a maneira como esses vídeos se organizam, em torno de seus sons. Um usuário que deseja produzir um novo vídeo poderá, com apenas um clique, utilizar o som de um

vídeo a que acabou de assistir. A organização em torno dos sons somada às boas ferramentas de edição, favorece vídeos que promovem comentários visuais sobre canções e vice-versa.

Nesse novo cenário, o cotidiano como tema segue forte, o TikTok é repleto de perfis protagonizados por animais de estimação (o epíteto do cotidiano e da vida privada); muitos vídeos de bebês e crianças (que inserem uma ideia de espontaneidade), e, na linha da exibição da intimidade, entre Instagram e TikTok popularizam-se os vídeos de dia a dia, em que o usuário mostra cada momento da sua rotina, do acordar ao dormir. Por exemplo, recentemente, ganharam destaque perfis dedicados à montagem de lancheiras. O canal de Luiz Felipe Alves ilustra bem esse fenômeno, com 798 mil seguidores³ e diversos vídeos com milhões de visualizações, seu conteúdo consiste exclusivamente em mostrá-lo cozinhando e montando marmitas para seu marido.

O breve percurso acima mostra que o tema do cotidiano está presente nas imagens em movimento desde o princípio do cinema, podendo adquirir diferentes feições. Nos vídeos selecionados para esta análise, em um total de sete, todos retratam, ainda que de forma distinta, a transformação de um aspecto trivial do cotidiano em uma espécie de espetáculo. Os vídeos selecionados abordam esse aspecto por um viés específico, o musical. É nesse entroncamento entre técnica, cotidiano, espetáculo, som e imagem que se estrutura a análise do conjunto de vídeos selecionado.

Análise

O vídeo de número 1⁴ foi publicado pelo perfil de uma biblioteca pública em Cedar Springs, nos Estados Unidos da América. Nele, vemos duas moças em uma biblioteca infantil, cada uma segura um carrinho de livros. Sobre a tela, o texto: “POV: Quando você é um bibliotecário *millennial* e o carrinho de livros dá o tom”⁵. Elas movimentam os carrinhos, que emitem um rangido, cada um em um tom. Eis que, aos cinco segundos de vídeo, um corte seco altera o cenário. A câmera segue no mesmo local, mas não vemos

³ Informação obtida no dia 13 de junho de 2025, no link: <https://www.tiktok.com/@eulizfelipecalves>

⁴ Para garantir que o leitor assista aos vídeos, eles foram baixados e reunidos no link abaixo. O número na frente do nome do vídeo indica a ordem em que ele aparece no texto: <https://drive.google.com/drive/folders/1Bky7DHtGHkxwGKSDvID-La38flxm7jTq?usp=sharing>. Além disso, a cada vez que surgir o texto “vídeo” com seu numeral, o termo “vídeo”, em itálico, conterá um hiperlink para o objeto em questão.

⁵ Tradução livre do original: “POV: When you're a millennial librarian and the book cart drops the beat”. Observação: o POV significa ponto de vista, não o da câmera, como se usa no cinema, mas o ponto de vista de quem apresenta o vídeo.

mais os carrinhos. Some o texto sobre a tela, as moças ganham óculos escuros e um contraluz de um projetor simula uma iluminação de um refletor. Elas dançam animadamente para a música que, junto do corte seco, substituiu o som direto: trata-se da canção *Yeah*⁶, com batidas no mesmo tom e tempo dos rangidos emitidos pelos carrinhos de livros. A semelhança do som é indiscutível e, apesar da curtíssima duração do vídeo, a mensagem é transmitida com êxito. Aquela pequena fração de cotidiano se transforma em uma pequena fração de um espetáculo. É como se uma imaginação trivial e cotidiana se realizasse, ou melhor, se imaginasse em imagens. O videoclipe original de *Yeah* alterna cenas de uma boate com o cantor performando em um palco, o elemento que une os dois espaços é a presença de refletores em contraluz emitindo feixes de luz colorida. O mesmo efeito está presente na paródia do videoclipe, feita na biblioteca, por meio da luz do projetor. O cenário da biblioteca segue cotidiano, mas é transportado, com ajuda da luz e da música, para um outro lugar, fantasioso. É através do acesso a recursos áudio e visuais que essa simples livre-associação sonora se reimagina naquilo que ela evoca. As fronteiras, aqui, estão porosas, o som do dia a dia remete a uma música que remete a um videoclipe – o som da imagem vira imagem do som e o trivial cotidiano do trabalho vira espetáculo. A figura 1 ilustra, na parte superior, duas capturas de tela do vídeo da biblioteca de Cedar Springs, retratando a diferença entre o primeiro momento e o segundo; na parte inferior, uma captura de tela do videoclipe da canção *Yeah*, por Usher, com participação de Lil Jon e Ludacris, em que se vê o contraluz com um efeito muito similar ao de sua paródia.

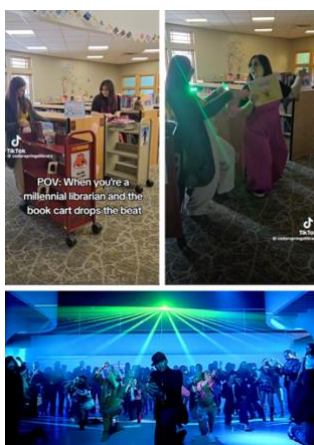


Figura 1: na parte superior, 2 capturas de tela do vídeo de @cedarspringslibrary, na parte inferior, captura de tela do videoclipe da canção *Yeah*, por Usher, com participação de Lil Jon e Ludacris.

⁶ Por Usher, com participação de Lil Jon e Ludacris.

O segundo *vídeo*⁷ é brasileiro e foi postado pelo usuário @igoryudii, ele captou um feirante cantando uma paródia de *Locked Out of Heaven*, do cantor Bruno Mars, em Santos, litoral de São Paulo. No lugar da letra da música, respeitando a melodia, o feirante canta os nomes das verduras da sua banca “couve-flor, alface lisa, alface crespa”. É, como o vídeo anterior, uma cena trivial do cotidiano, mas nem tão trivial como a do vídeo anterior, já que o espetáculo estava, de alguma forma, criado na feira pelo habilidoso feirante. Esse vídeo viralizou e provocou efeitos surpreendentes. Por exemplo, o músico Gui Valentin, conhecido por inserir melodias em vídeos viralizados, fez um vídeo em tela dividida com o de @igoryudii, em que ele insere a bateria e a guitarra junto da música do feirante (*vídeo* de número 3). Esse expediente de inserção, que mostra, em tela dividida, cada uma das três bandas sonoras, permite vislumbrar o processo percorrido pelo vídeo, cujo original foi modificado e teve telas adicionadas; assim como permite observar, nas imagens, as camadas de som, em uma espécie de processo autorreflexivo por acidente (ou não) que é ao mesmo tempo temporal e espacial. As bandas sonoras são espacialmente percebidas como uma divisão da tela, trazendo para dentro do vídeo o que, geralmente, estaria apenas ao alcance do técnico que faz a montagem, ou seja, um elemento extra tela é trazido para dentro da tela por meio da montagem espacial. Ao mesmo tempo, a percepção de que cada tela representa um momento diferente, reflete sobre as distintas temporalidades inseridas em uma única janela. Esse recurso é resultado de uma ferramenta disponibilizada pelo TikTok, o *dueto*, não se trata de uma criação original do usuário, mas de um expediente usado de forma recorrente na plataforma para adicionar camadas de áudio e vídeo sobre outros vídeos – o que nos diz sobre a necessidade de não avaliar esse tipo de procedimento como uma reflexão autoral – tema que será melhor explorado adiante.

A principal reviravolta desse episódio, porém, é quando, passado algum tempo, o cantor Bruno Mars vem ao Brasil fazer shows e espectadores do seu show registram o seguinte fenômeno: parte da plateia, em lugar de cantar a letra da música, cantava a plenos pulmões “alface liiiiisa”. Com isso, assistimos a uma inversão dos espaços do espetáculo e da plateia, em que a feira-espetacularizada toma o lugar do espetáculo junto à plateia. A paródia cotidiana acabou por se sobrepor, ainda que momentaneamente, ao espetáculo em si, tudo isso devidamente registrado em vídeos que, assim como um videoclipe, tem

⁷ O termo está em itálico para indicar que contém um *hiperlink*, o mesmo expediente se aplicará para os outros momentos em que “vídeo” aparecer em itálico ao longo do texto.

a canção como tema central, mas ao contrário de um videoclipe, o registro dessa canção é o informal, cotidiano. O usuário @lucasfirmino90 publicou um dos vídeos em que é possível vê-lo cantando, junto com outros espectadores, “alface lisa” no lugar da letra da música no show do Bruno Mars (*vídeo* de número 4). Nesse caso, não só as fronteiras entre cotidiano e espetáculo foram borradas, como foram friccionados os limites entre profissional e amador, entre espontâneo e performado, entre espectador e artista, e entre virtual e físico – o episódio ilustra uma atenuação das separações entre a vida digital e a vida de carne e osso.

O *vídeo* de número 5 apresenta outro formato dessa dinâmica espetáculo-cotidiano. Protagonizado por um cantor, compositor e rapper, Diegu Rivera, o vídeo consiste em uma performance dos avisos do metrô de São Paulo. Começa por ele simulando tocar o clarinete que é o aviso sonoro da linha amarela, bastante conhecido pelos usuários que a frequentam. O vídeo é longo, tem mais de um minuto e segue com Diegu fazendo uma dublagem, meio performática, meio informativa, dos avisos da linha amarela do metrô. Esse aviso, para o usuário do dia a dia, é o suprasumo do cotidiano, ouvido diversas vezes, sempre igual, sempre previsível, sempre repetido, todos os dias. Performá-lo é retirar dele essa característica de trivialidade e o levar à excepcionalidade, jogar luz no que é habitual, tornando-o excepcional e antagonizando a função original, de aviso.

Importante lembrar que esse vídeo não é o único a comentar os avisos sonoros do metrô, ele pode, inclusive, ser uma cópia de outro vídeo, o que é extremamente comum na dinâmica da plataforma. Isso leva a um tópico que não pode ser desprezado quando o assunto é análise de vídeos do TikTok, que é a autoria. Uma análise formal de obras audiovisuais se sustenta, em grande medida, na percepção de autoria, em que a intenção do(s) autor(es) é guia para a análise das escolhas formais e narrativas. No caso dos vídeos do TikTok, essa abordagem é nebulosa por dois motivos: a presença massiva de vídeos feitos a partir de cópias e imitações de outros vídeos; e a replicação de vídeos de terceiros a ponto de a autoria não ser identificável (como é o caso dos vídeos 6 e 7). Com isso, qualquer análise não pode considerar que reflexões causadas pelos vídeos são parte de uma provocação intencionada pela obra – inclusive, o termo obra é passível de ser questionado. O que é possível dizer, no entanto, é que os assuntos surgem como temas recorrentes em conjuntos de vídeos, de forma que essa reflexão pode ser pinçada de um conjunto, mas não necessariamente atribuída a um objeto individualmente. Essa é uma

discussão que se amplia ainda mais quando expandimos o escopo de análise para as criações feitas com inteligência artificial generativa, que é o caso do vídeo de número 6.

Mais recentemente, o advento de aplicativos que criam músicas a partir de comandos escritos se tornou popular e viabilizou vídeos que fazem uso de trilhas sonoras originais criadas sinteticamente por inteligência artificial generativa. O sexto *vídeo* escolhido para esta análise foi publicado diversas vezes por usuários variados e não foi possível identificar a publicação original, por isso, optei por referenciar a publicação feita pelo ator Selton Mello, que não foi quem produziu, mas é a publicação com maior número de visualizações (2,7 milhões em 14 de dezembro de 2024). O vídeo mostra uma troca de mensagens entre um cliente e um atendente de entregas de um restaurante de culinária japonesa. O diálogo é visto escrito, em uma animação que simula um aplicativo de mensagens, e é ouvido, em uma espécie de dramatização musical do diálogo. O cliente que faz o pedido pergunta reiteradamente se os sushis são do tipo “hot wilsons”, em uma evidente confusão com a expressão “hot roll”. O vídeo faz menção ao desconhecimento do cliente sobre uma expressão de uma língua que não é a dele, o que poderia ser considerado um preconceito linguístico. Ainda assim, o que o torna divertido é a insistência do cliente na expressão errada, a ponto de o atendente mudar a sua própria expressão. O motivo do meu interesse nessa peça está no processo que faz com que uma troca de mensagens corriqueira, trivial, torne-se um vídeo de animação com trilha original. O que chama a atenção nesse processo é como a disponibilidade de ferramentas sofisticadas de forma ampla conduz à espetacularização aquilo que poderia ser considerado trivial e às margens desse ambiente. Por mais precário que seja, o vídeo em questão exibe um processo audiovisual que não é trivial e que, até há pouco tempo, precisaria ser feito por um profissional altamente qualificado. Essa banalização do acesso à técnica leva também a uma banalização do que é tematizado: até mesmo uma conversa entre cliente e atendente de um restaurante se torna uma atração, transformada em uma ópera sertaneja. O processo de criação que transforma mensagens de texto em música e imagem animada ressoa também no processo de produção, visto que as inteligências artificiais generativas costumam trabalhar com interface de texto, ou seja, transformando texto em imagens e sons.

Lev Manovich em seu livro *The Language of New Media* (2002), propõe um olhar, ao mesmo tempo, para o passado e para o futuro em relação às novas mídias. Ao mesmo tempo em que ele argumenta que a interface e relações estabelecidas pelas novas mídias

não são propriamente novas, posto que inspiradas em outras mídias, como o cinema; ele também propõe que essas novas ferramentas são capazes de remoldar o fazer. Se por um lado, Manovich aponta para a tela do computador, que é também do cinema, mas que, muito antes, é da pintura renascentista; por outro, ele propõe que o comando de copiar e colar, próprio do ambiente digital, apaga as fronteiras entre mídias temporais e espaciais, uma vez que o comando pode ser usado para qualquer tipo de objeto, uma imagem, um pixel, um texto (Manovich, 2002, p. 76), interferindo na própria forma de fazer e pensar esses diferentes objetos.

Para finalizar, invoco um último *vídeo*, o número 7, que ilustra esse encontro entre o espetáculo e o cotidiano de forma literal. A publicação escolhida foi feita pelo perfil @fundaily401, que provavelmente não é o autor, mas possui maior número de visualizações. O vídeo é uma remixagem de um trecho do videoclipe da canção *Beautiful Things* de Benson Boone⁸, em que pedaços da música são substituídos por um gato miando – e surpreendentemente a mistura é perfeita. Aqui o vídeo de gatinhos encontra o videoclipe, literalmente, e pelo viés da sonoridade, o conectando com o primeiro vídeo, da biblioteca, e com essa percepção de um diálogo sonoro totalmente inesperado entre elementos diversos e provenientes de universos distintos.

Conclusão

É preciso reconhecer que seria imprudente atribuir a vídeos tão simples discussões complexas como as relações entre espetáculo e vida cotidiana. A proposta aqui não é sugerir que os vídeos reflitam sobre essas pautas, mas sim que essas são questões que permeiam a existência e o uso das redes sociais e que transparecem nesses vídeos de forma, possivelmente, não intencional. A disponibilidade de ferramentas de produção e pós-produção audiovisual de forma ampla e com o nível de sofisticação alto, como o que é oferecido por essas plataformas de vídeos e ferramentas de inteligência artificial, parece trazer para o âmbito da comunicação cotidiana formatos que antes estariam confinados em nichos específicos, como o da videoarte, ou então viabilizados apenas através de grandes investimentos da indústria cultural. O que essa pequena seleção de vídeos transparece é um fluido intercâmbio entre o espetáculo e o cotidiano, viabilizado nessa relação entre sons e imagens.

⁸ Videoclipe disponível no link: https://www.youtube.com/watch?v=Oa_RSwwpPaA, consultado no dia 15 de dezembro de 2024

Esse passeio pelo conjunto de vídeos permite vislumbrar essas diluições de fronteiras e, ainda, aponta para uma ilustração dessa diluição na própria linguagem, no fazer áudio e visual. Os vídeos número 1 e 7 (@cedarspringslibrary e @fundaily401), por exemplo, partem das sonoridades para atribuir aos objetos dessas sonoridades (representados pelas suas imagens) o descompasso que leva ao humor, já que o som do objeto remete a algo outro, ou seja, um mesmo som se encaixa em duas diferentes imagens e é esse descompasso entre a imagem que está e a que é presumida que traz o humor. Os vídeos 2 e 5 (@igoryudii e @diegurivera) buscam textos oralizados que pertencem ao cotidiano e os inserem em outro registro, do performático. No vídeo 2 isso acontece pela transformação do texto de vendas em uma paródia performática da música de Bruno Mars e no vídeo 5 pela inserção de uma imagem à qual o som é associado, transformando-o em uma performance. Lembrando que há uma diferença essencial entre os vídeos 2 e 5: enquanto no 5, a performance é audiovisual; no 2, é física e se torna audiovisual pelo registro casual de um passante. O vídeo 3 (@guivalentinmusic), com as divisões de telas representando as diferentes bandas sonoras, traz para a imagem a construção da melodia, ou seja, imagina o som. Já o vídeo 6 (@seltonmello), representa a transformação do texto em músicas e imagens em movimento.

Em todos os vídeos analisados opera uma lógica da fluidez entre imagens e sons, o que se torna possível a partir das ferramentas que permitem manipular som e imagem separadamente e com precisão. Talvez essa seja a atração técnica destes tempos.

O que se evidencia é que a diluição das fronteiras entre cotidiano e espetáculo, um tema recorrente no ambiente digital, ressoa na própria tessitura do audiovisual que ali habita.

REFERÊNCIAS

BURGESS, J.; GREEN, J. *Youtube: online video and participatory culture*. 2. ed. Cambridge: Polity Press, 2018.

CEDARSPRINGSlibrary *Sometimes the book cart drops the beat!*. [S. l., s. n.], 23 març. 2024. 1 vídeo (14 s). TikTok: @cedarspringslibrary. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@cedarspringslibrary/video/7349623303436307755> Acesso em: 14 dez. 2024.

FUNDAILY401. *These beautiful things that I meow*. [S. l., s. n.], 11 jun. 2024. 1 vídeo (17 s). TikTok: @fundaily401. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@fundaily401/video/7379336969274346784> Acesso em: 14 dez. 2024.

GUIVALENTINMUSIC. *Couve flooor*. [S. l., s. n.], 10 out. 2023. 1 vídeo (48 s). TikTok: @guivalentinmusic. Disponível em:

<https://www.tiktok.com/@guivalentinmusic/video/7288434251492494598>

Acesso em: 14 dez. 2024.

GUNNING, Tom. The cinema of attraction[s]: early film, Its spectator and the avant-garde. In: STRAUVEN, Wanda (org.). *The cinema of attractions reloaded*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2006. (Film culture in transition). p. 381-388.

IGORYUDI. *Pra que paguei o the town*. [S. l., s. n.], 07 out. 2023. 1 vídeo (30 s). TikTok: @igoryudii. Disponível em:

<https://www.tiktok.com/@igoryudii/video/7287356097743080710>

Acesso em: 14 dez. 2024.

LUCASFIRMINO90. *Eai galera cantei ou não a versão certa?*. [S. l., s. n.], 14 out. 2024. 1 vídeo (56 s). TikTok: @lucasfirmino90. Disponível em:

<https://www.tiktok.com/@lucasfirmino90/video/7425781656440638726>

Acesso em: 14 dez. 2024.

MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. Cambridge, Massachussets: MIT Press, 2001.

REPAS de bébé. França, 1895. Filme, vídeo P&B (34 s). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=YaiADfZnJkw>. Acesso em: 18 set. 2023.

RIVERA, Diego. *Diego Rivera no metrô parte 2 bb*. [S. l., s. n.], 23 ago. 2024. 1 vídeo (1m 15 s). TikTok: @diegurivera. Disponível em:

<https://vm.tiktok.com/ZMS6VCt4d/> Acesso em: 14 dez. 2024.

SELTONMELLO. *mano* [S. l., s. n.], 09 mai. 2024. 1 vídeo (19 s). TikTok: @seltonmello.

Disponível em: <https://www.tiktok.com/@seltonmello/video/7366995664045329670>

Acesso em: 14 dez. 2024.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

USHER. *Yeah!* [featuring Lil Jon & Ludacris]. Direção: Mr. X. YouTube, 17 abr. 2015.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GxBSyx85Kp8>. Acesso em: 10 jun. 2025.