



Comunicação, consumo e o *corpo-multidão*. Mídias primária e secundária em tempos de pós-modernidade¹

Francisco Silva Mitraud²

Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo- Escola Superior de Propaganda e Marketing-ESPM-SP

Resumo

Às recentes manifestações no Brasil, a partir de junho de 2013 e intensificadas em 2016 em razão do momento político, juntam-se outras tantas em vários países e caracterizam uma nova forma de comunicação coletiva. Referimo-nos a isso como o *corpo-multidão*, uma forma específica de manifestação, caracterizada pela reunião de muitos, fusionados por um pensamento coletivo, um sentimento de pertencimento e o desejo partilhado de comunicar ideias, valores e lutas. Essa configuração, considerando a Teoria das mídias, apresentada por Norval Baitello, funciona como uma mídia primária e, via consumo simbólico e material, como secundária. Refletindo a partir das ideias de Gustave Le Bon, Antonio Negri e Paolo Virno, os conceitos de multidão são revisitados em tempos de pós-modernidade para justificar e defender o conceito de *corpo-multidão*.

Palavras-chave: *Corpo-multidão*; mídias primária e secundária; comunicação-consumo; pós-modernidade.

Introdução

Não importa quão tecnologicamente avançados sejam os meios de comunicação de uma sociedade. A comunicação sempre começa e termina num corpo.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 9 - Comunicação, discursos da diferença e biopolíticas do consumo, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Doutorando do PPGCOM-ESPM, Mestre em Comunicação e práticas de Consumo- e-mail: fmitraud@globocom.com.



Essa afirmação é de Norval Baitello, para quem “Toda comunicação humana começa na mídia primária [...] [e] retornará a este ponto” (2001, p. 12), a partir das formulações teóricas de Harry Pross. Nas recentes manifestações no Brasil, essa perspectiva da comunicação adquire uma potência singular: corpos se unem e se transformam em um *corpo-multidão*, cuja presença em espaços urbanos reverbera por todo o tecido social. Atrai outras mídias – as terciárias - que transformam suas imagens em mensagens, só que agora mediadas, interpretadas e com atribuição de sentidos que interessam ao *stablishment*. As ruas se transformam em arenas onde se travam lutas pela imposição do significado dos signos ideológicos, como aliás já dissera Mikhail Bakhtin (2006). Esses, contudo, não são fenômenos isolados. Em vários outros países, por razões diferentes, como a crise dos refugiados sírios, mobilizações coletivas congregam milhões de pessoas que caminham juntas, entoam palavras de ordem e propõem desafios para a Ciência da Comunicação. O consumo de vestuário, bandeiras, cores e outros objetos revestem os corpos, amplificando-lhes a potência comunicativa e fazendo da interface comunicação-consumo um privilegiado objeto de estudo.

O objetivo desse artigo é refletir sobre esses acontecimentos no âmbito das Ciências da Comunicação, em conexão necessária com outros saberes. Procuramos também refletir, no contexto da pós-modernidade, como possibilidade real de se tratar de enfrentamento das novas configurações político-econômicas, como já proposto por Michael Hardt e Antonio Negri (2004, 2012).

Mídia primária e secundária: corpo e vestuário como aparatos comunicacionais

O corpo, antes de qualquer tecnologia, funciona como mídia (BAITELLO, 2008). Segundo essa concepção, ele é o suporte primordial dos textos culturais e da comunicação. Palavra, gestos, olhares, posturas, cheiros emanam de um corpo para outro. Dispensam qualquer intermediação objetual. Nele, corpo, se inscrevem marcas distintivas de quem é o indivíduo *no* e *para* seu grupo social. Merleau-Ponty, a partir da fenomenologia, num capítulo intitulado *Corpo como expressão e a fala*, reflete sobre



como ele é mobilizado para produzir simultaneamente pensamento e expressão. Diz ele: “A fala é um verdadeiro gesto e contém seu sentido, assim como o gesto contém o seu. É isso que torna possível a comunicação” (2009, p.237).

Esse corpo age mecanicamente, transformando o ambiente e criando as condições de sua própria existência. Mas, mais do que isso, suas atividades comunicacionais constroem a própria condição de humanidade. Le Breton a esse respeito destaca:

Existir significa em primeiro lugar mover-se em determinado espaço e tempo, transformar o meio graças à soma de gestos eficazes, escolher e atribuir significado e valor aos inúmeros estímulos do meio graças às atividades perceptivas, comunicar aos outros a palavra, *assim como um repertório de gestos e mímicas, um conjunto de rituais corporais implicando a adesão dos outros*. Pela corporeidade, o homem faz do mundo a extensão de sua experiência. [...] Emissor ou receptor, *o corpo produz sentidos continuamente e assim insere o homem, de forma ativa, no interior de dado espaço social e cultural* (2007, p. 8 – grifos nossos).

Os sentidos produzidos e recepcionados pelo corpo não são autônomos. São construídos a partir da interação com um emaranhado de significados que são acessados pela memória e inclui textos, discursos e imagens. Conforme nos ensina Milanes, Courtine chama essas interações de *intericonicidade*³. Para ele, quando nos deparamos com uma imagem, devemos considerar “os elementos semiológicos que constituem a memória longínqua de uma imagem dada, seja recuperando imagens semelhantes [...], seja interrogando as condições nas quais tais cenas se reproduzem e são colocadas em circulação” (2006, p. 170). Logo, há um discurso *do* corpo e *no* corpo. Um discurso que dispensa qualquer suporte - tecnológico ou não - mas que, como qualquer outro, se liga a discursos pré-existentes na construção de sua significação. Como diz Baccega (2007,

³ Courtine fez parte do grupo de Pêcheux nos primeiros estudos da Análise do Discurso de linha francesa. Para ele, um discurso sempre vem acompanhado da gestualidade, da expressão corporal, da entonação da voz. A intericonicidade para é uma noção complexa, “porque ela supõe a relação de uma imagem externa, mas também interna. As imagens de lembranças, as imagens de memória, as imagens de impressão visual armazenadas pelo indivíduo” (MILANES, 2006, p. 168). Ela “supõe as relações das imagens exteriores ao sujeito como quando uma imagem pode ser inscrita em uma série de imagens, uma genealogia como o enunciado em uma rede de formulação (MILANES, 2013, p. 346).



p. 27) “ a produção de sentido está na sociedade, está na história”. Portanto, tomamos o corpo como mídia primária por excelência. Dele procede a fala e a entonação, o gesto e a gestualidade, a postura, o olhar, a respiração e tantas outras expressões que significam, que comunicam, que discursam. Com ele escutamos e ouvimos, enxergamos, percebemos os bons e maus cheiros, tocamos, sentimos, interpretamos.

Norval Baitello, continuando a apresentação da Teoria de Pross, analisa na sequência a mídia secundária. Segundo ele, “a mídia secundária é constituída [...], por ‘aqueles meios de comunicação que transportam a mensagem ao receptor, sem que este necessite de um aparato para captar seu significado’” (PROSS, 1971, p.128 apud BAITELLO, 2001, p.3). Contudo, observe-se que apenas o receptor não necessita de algum suporte para receber e interpretar a mensagem. O emissor constantemente faz uso dos mais diversos objetos para se comunicar. Afirma Baitello:

Assim, constituiriam mídia secundária as *máscaras, pinturas e adereços corporais, roupas*, a utilização do fogo e da fumaça (incluindo os fogos de artifício e fogos cerimoniais, velas, etc.), os bastões, a antiga telegrafia ótica, bandeiras, brasões e logotipos, imagens, pinturas e quadros, a escrita, o cartaz, o bilhete, o calendário (2001, p. 3 – grifos nossos).

Não obstante as incontáveis possibilidades da mídia primária, nossa própria história evolutiva explica a necessidade de criar significados produzidos a partir do que está fora do corpo. A medida que a vida se complexifica, novas formas de transmissão e acumulação de conhecimento são necessários. Mesmo antes do sistema da moda, que surge a partir do Século XVI, a roupa já funcionava como demarcador de posições sociais. Jacques Le Goff escrevendo sobre a Idade Média afirma que “o vestuário designa todas as categorias sociais, é um verdadeiro uniforme” (1995, p. 123). Diversas leis suntuárias, principalmente a partir do Século XIII, regulam o uso de hábitos das diversas ordens monásticas, de cavaleiros, corporações de universitários e de doutores, dos nobres (LE GOFF, 1995, págs. 123-125). Richard Sennett nos oferece um rico panorama no tocante aos códigos embutidos no vestuário nas metrópoles europeias principalmente Londres e Paris, em meados do Século XVIII. Diz ele:



Há dois séculos, sair às ruas de Londres ou de Paris era algo manipulado a fim de conter os mais precisos indicadores do estrato social: criados eram facilmente discerníveis de trabalhadores manuais. O tipo de trabalho poderia ser lido a partir das roupas específicas adotadas pelos ofícios, bem como se reconheceria o status de um trabalhador dando-se uma olhada rápida em certas fitas e botões que usava. Nas posições médias da sociedade, advogados, guarda-livros e mercadores usavam decorações, perucas e fitas distintas. Os ocupantes das posições superiores da sociedade apareciam na rua em trajes que não apenas os distinguiam das ordens inferiores como também dominavam a rua (2014, p. 68).

Nos espaços públicos, portanto, o vestuário funcionava como uma forma de comunicar o estrato social a que pertencia uma pessoa qualquer. Já nos espaços privados, registra o autor, essas marcas simbólicas eram desconsideradas, havendo uma preferência generalizada por roupas folgadas e simples dentro de casa (p. 69). Acessórios também faziam parte da composição. Chapéus, luvas e outros adereços seguiam regras de acordo com a classe social. Não eram apenas regras convencionais. Na verdade, leis regulavam o que as pessoas podiam ou não usar. Isso era levado muito a sério. Sennett por exemplo, observa que quando uma trabalhadora ganhava uma roupa usada, deveria ter o cuidado de descaracterizá-la como de uma classe diferente da sua.

Desta forma, da antiguidade até a modernidade, o corpo e o vestuário tem comunicado de maneira bastante eficiente a identidade de sujeitos e de grupos. Como mídia primária, o corpo é origem e fim do processo de comunicação. Veste-se de tecidos, cores, padronagens e acessórios para comunicar seu lugar na sociedade.

Corpos e vestuários como textos políticos. Identidade e diferença na comunicação ideológica.

Falamos até aqui numa certa conformação social visível e comunicada nos corpos e nos modos de vestir. Nossa atenção agora se volta para um tipo muito específico de comunicação. Referimo-nos aos discursos em contextos políticos, de oposição ou adesão a determinadas pautas. Momentos em que a fala, a comunicação verbal, é substituída pela comunicação corporal, gestual e indumentária.



A história está repleta destes exemplos. Pensando apenas no Século XX, iniciamos lembrando de Gandhi e sua luta pela independência da Índia da dominação inglesa. Ele, um advogado, jornalista e ativista, tinha 46 anos quando retornou da África do Sul para seu país e descartou a partir de então, o uso da roupa de estilo inglês, passando a adotar o *khadi*, uma espécie de robe branco, cujos fios são tecidos manualmente, na Índia, Paquistão e Bangladesh (Foto 1). O uso desse traje dizia muita coisa: comunicava um estilo de vida que Gandhi adotara, o qual se identificava com os pobres do seu país; comunicava o repúdio ao estilo ocidental, particularmente o britânico. Promovia a identificação cultural de seu povo, por meio de valores e práticas comuns. De fato, o *khadi* é considerado mais do que um traje, mas um movimento. Este movimento se junta a outro denominado de *Swadesh*, que fez com que milhões de indianos abandonassem as roupas ocidentais para usar o *khadi*. Um dos pontos culminantes desse movimento, foi a convocação para o *Boycotte for foreigns clothes*, uma concentração para se queimar numa fogueira, as roupas inglesas (Figura 1)

Foto 1: Gandhi em traje *Khadi* em Londres⁴



⁴ Disponível em http://www.bbc.co.uk/religion/religions/hinduism/people/gandhi_1.shtml, acesso 9/04/2016.



Fig. 1: Convocação feita em jornal Indiano em 30/7/1921⁵



Como resultado, milhões de indianos passaram a tecer suas vestes e deixaram de comprar dos ingleses as roupas ocidentais, o que também causou problemas econômicos à coroa inglesa. Gandhi enfrentou resistências de seus próprios companheiros, que viam na confecção manual muita perda de tempo e energia.

Outro exemplo de grande apelo imagético é o de Nelson Mandela em vestes tribais. Em 1962, após ser preso com um companheiro do ANC – African National Congress, partido político ao qual pertencia, ele comparece a seu julgamento usando as roupas de sua tribo, as mesmas da foto abaixo, tirada na assembleia do ANC, em 1960, mas só tornada pública em 1990, após sua libertação da prisão. Após sua eleição à presidência, em 1994, ocasionalmente usou camisas coloridas, quebrando as regras ditadas pela tradição ocidental, de como um presidente deve se vestir. Contudo, a força daquela imagem, em traje típico e um colar de miçangas permanece como símbolo de sua luta (Fotos 2 e 3).

⁵ Disponível em http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Boycott_of_foreign_clothes.jpg, acesso 9/04/2016.



Foto 2: Nelson Mandela, em 1960⁶

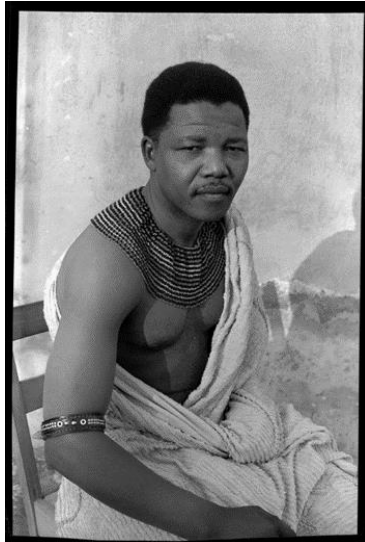
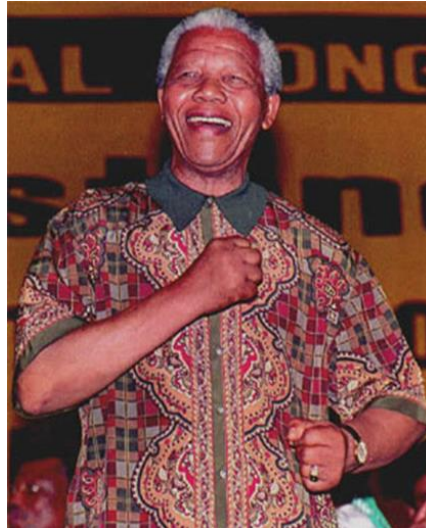


Foto3. 6: Camisas informais⁷



Como último exemplo, citamos o movimento *Las madres de Plaza de Mayo*, na Argentina. Em plena ditadura militar naquele país, mulheres, portando cartazes com as fotos de seus filhos desaparecidos, circulavam a Plaza de Mayo. Seus lenços brancos sobre a cabeça, tornaram-se símbolos de sua altivez e coragem, ao enfrentarem, silenciosamente, todo o poder da ditadura.

⁶ Disponível em <http://www.corbisimages.com.br/stock-photo/rights-managed/TL001585/nelson-mandela-in-tribal-clothes>, acesso em 23/04/2016.

⁷ Disponível em <http://www.news24.com/NelsonMandela/Personal/Dressed-for-comfort-20070410>, acesso 23/04/2016.



Foto 4: Madres de Plaza de Mayo⁸



Foto 5: pinturas em calçadas de Bariloche⁹



Mas onde reside a força destes textos? Para responder a essa pergunta recorreremos aos Estudos Culturais. Kathryn Woodward (1997) apresenta a questão da identidade a partir da perspectiva da diferença. Nessa abordagem, a identidade é definida por aquilo que o sujeito não é e, portanto, necessariamente relacional, já que é a partir do outro que o sujeito se constrói. Esta construção passa por marcações simbólicas, como sistemas de representação, onde encontramos o consumo do vestuário. A diferença constitui-se assim num dispositivo vigoroso para comunicar a identidade. Ao lado dessa questão, encontramos nas sociedades modernas condições para que a comunicação não verbal - e damos ênfase à comunicação corporal, gestual e indumentária – sejam percebidas de forma preferencial. O que justifica essa preferência? Pensamos, primeiramente, num certo enfraquecimento da linguagem verbal por conta do excesso de textos em circulação- textos verbais e imagéticos. A esse respeito, Baitello tece a seguinte consideração:

A rigor, esta "torrente de mundo exterior" se expressa na avalanche das imagens exógenas que nos assediam em todos os espaços e tempos, apropriando-se de nosso espaço e nosso tempo de vida, nossos mundos de interioridades e de nossos ritmos e durações vitais. Cedendo ao assédio, em primeiro lugar nos transformamos em

⁸Disponível em http://www.buzzfeed.com/danielacadena/mujeres-historia?utm_term=.ujXpB9lvx#.rerN2ZjVL, acesso em 22/04/2016

⁹ Disponível em: <http://americasgrill.blogspot.pt/2013/09/las-cigarras-madres-por-enilton-grill.html?spref=pi> acesso 22/04/2016



imagens, seres sem interioridade, sem tempo, portanto, que ocupam o espaço reivindicado apenas pelas superfícies (2005, p.56).

Desta forma, o uso da mídia primária e secundária, o corpo e o vestuário, parecem romper o artificialismo e vazio dos demais discursos midiáticos, ao trazerem a comunicação para um nível mais imediato, mais concreto, cheio de personalidade.

O corpo-multidão e a ordem pós-moderna

Uma de minhas inquietações enquanto realizo as pesquisas para o doutorado tem sido como enfrentar as questões ligadas à identidade e diferença no cenário pós-moderno. Pois se os textos impressos em corpos e vestuários que acabamos de apresentar se tornam poderosos por se destacarem por meio da diferença, seria possível pensar nas mesmas táticas em contextos urbanos, marcados pela multiculturalidade, pelo despojamento, pela diversidade de modas, modos e corpos que são características muito próprias da pós-modernidade? Tânia Hoff, atentando para os regimes de visibilidade contemporâneos, afirma:

No século XXI, o sujeito contemporâneo transita pelos muitos espaços e ambientes das metrópoles, cujas práticas cotidianas comportam novos modos de ver e ser visto, de estar e de consumir, material e simbolicamente, sejam mercadorias, as marcas, o universo urbano ou as estéticas corporais. Mutante e ambígua, a metrópole abriga, ao mesmo tempo, o semelhante e o diferente, o próximo e o distante, o local e o global. (2015. p. 139).

Essas novas possibilidades convivem com padrões estabelecidos, mas começam a fazê-lo sem tanto estranhamento e objeção. Incorporam-se ao cotidiano. Fenômenos como o *crossdressing*, roupas, acessórios e penteados étnicos, vestuários um tanto quanto andrógenos, embaralhamentos das fronteiras de geração pelo uso generalizado de uma moda marcadamente jovem desfilam pelas ruas num ambiente muito mais tolerante do que em décadas atrás. Evidentemente, tudo isso são frutos das lutas das minorias a partir da década de 1960. Mas, esses avanços também acabam por indicar que certa acomodação decorre da apropriação pelo mercado da diversidade



cultural, o que enfraquece as vozes que ainda lutam e precisam se afirmar. Essa nova ordem das coisas se insere num cenário maior e mais complexo. Hardt e Negri (2004) o denomina de *Império*, “um regime [...] que de fato governa todo o mundo ‘civilizado’. [...]. O objeto de seu governo é a vida social como um todo” (2004, págs. 14,15). Assim como eles, Frédéric Jameson (2007), David Harvey (2009), Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009), Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), apenas para citar alguns autores, problematizam o contemporâneo sob a perspectiva de uma lógica cultural submetida ao capitalismo. O que resiste nesse cenário? O que enfrenta o *Império*?

Os mesmos Hardt e Negri (2004, 2012) refletem que há uma nova força em cena: a multidão. Tradicionalmente pensou-se a multidão em contraste com o conceito de povo. Segundo ensina Virno, (2013) o conceito de povo na tradição de Hobbes, está ligado à ideia do Estado moderno. São conceitos interdependentes. Já a multidão está relacionada a um estado natural, precedendo a uma instituição política (o Estado), e quando cidadãos se levantam contra o estado, levanta-se contra um povo. São, portanto, termos excludentes. Nessa mesma linha, Gustave Le Bon, no século XIX, descrevia que “ Em sentido comum, a palavra multidão representa uma reunião de indivíduos [...] mas do ponto de vista psicológico, a expressão multidão adquire um significado totalmente diferente” (2008, p.29). Ela era marcada pela irracionalidade e representavam um risco de ruptura social. Mas, contemporaneamente, essas separações se complexificam. Paolo Virno reconhece que as conceituações pós-modernas de dentro e fora, perto e longe, nacional e estrangeiro, comunidade e mundo, etc, já não persistem. De fato, pensar-se numa comunidade substancial, determinante na separação de povo e multidão, já não é possível. E, diz ele, por essa razão, pensar em multidão é pensar em um *uno* formado por muitos, fusionados por um *general intellect*¹⁰, pertencentes a *lugares-comuns*. Com Virno (2013) e com Hardt e Negri (2004, 2012), a multidão perde o caráter irracional, haja vista sua capacidade de ação coletiva. Pensamos que falta acrescentar ao conceito revisitado de multidão, a *práxis*, a qual se

¹⁰ Termo usado por Karl Marx para referir-se a um pensamento coletivo dirigido à produção, uma espécie de alma coletiva (VIRNO, 2013, p.19).



dá por meio de um corpo. É um corpo pós-moderno, marcado pela diversidade, pela união das singularidades, bem ao gosto do contemporâneo; mas que se mobiliza como corpo, se comunica como corpo, como mídia-primária, de onde retira sua força. Se o capitalismo tardio, pós-fordista, pós-industrial, etc, assujeita toda a produção humana, o que resta ao final se não o corpo? Ele é a instância final de resistência. Por isso, pensamos um *corpo-multidão*, que unida por um intelecto geral, se mobiliza.

Gandhi, com seu corpo e seu *khadi*, Mandela e seus vestes tribais, representavam um povo, uma etnia. As *madres*, contrapunham-se à ditadura. O *corpo-multidão* extrapola à categoria de povo, posto que independe de um Estado. O que lhe dá razão de ser é a percepção compartilhada de algo comum, nem que seja seu pertencimento à espécie *homo sapiens*.

Esse *corpo-multidão* transforma-se numa mídia-primária. Ao consumir roupas de determinada cor (ou cores), ao empunharem bandeiras, objetos, signos, enfim, tornam-se suportes, mídia-secundária, que transporta mensagens que se contrapõem a determinadas situações, ou simplesmente para fugir e lutar por seu direito à vida, como no caso de refugiados. Sua força comunicativa, imagética, simbólica, política é incontestável. Basta materializar-se para atrair o interesse da mídia terciária, da grande mídia. E esta intensifica as lutas simbólicas em torno dos signos – cores, vestuário e das bandeiras. É relevante recordarmos os ensinamentos de Bakhtin em “Marxismo e filosofia da linguagem” (2006), segundo o qual uma classe social não se confunde com uma comunidade semiótica, ou seja, as várias classes sociais que compõem uma dada sociedade possuem uma mesma língua e que, portanto, lutam para que as palavras, os signos linguísticos, possuam significados que lhes interessem. Naturalmente, esse pensamento pode ser extrapolado para os demais signos. Ao apropriar-se de uma cor ou de uma bandeira, dou-lhes um determinado significado e excluo outros. Diz o autor:

Consequentemente, em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios. O signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes. Esta plurivalência social do signo ideológico é um traço da maior importância. Na verdade, é este entrecruzamento dos índices de valor que torna o signo vivo e móvel, capaz de evoluir (p. 37).



O autor fala de um lugar distante no tempo e nos contextos diferentes dos nossos. Mesmo a expressão *luta de classes* deve ser lida aqui com reserva. Mas, seus ensinamentos sobre as disputas em torno dos signos continuam verdadeiros. E, ao nosso ver, nos dias de hoje adquiriram um caráter central.

Considerações finais

Nosso objetivo nesse artigo foi o de refletir sobre a conceituação de um *corpo-multidão*, que assim como os corpos *naturais* adquire a característica de mídia-primária. Discutimos inicialmente, através de exemplos da história, como corpo e vestuário funcionaram como textos políticos ao longo do século XX, procurando articular sua potência comunicativa com as questões de identidade e diferença. Ao pensarmos no contemporâneo, vimos como o conceito tradicional de multidão é revisitado e como a ideia de um *corpo-multidão*, a união de muitos em torno de lugares comuns, pensamento coletivo e sentimento de pertencimento a uma espécie responde à existência de uma força global, *o Império*. É relevante concluir, por ora, com a noção de que para que exista o corpo não basta a multidão, razão pela qual o que propomos é um avanço em relação ao que teorizaram os autores elencados.

Nossa pesquisa há de prosseguir procurando agora identificar elementos que marcam para essa constituição. Certo estamos, contudo, de que é no corpo onde todas as coisas começam e acabam. E diante de forças que não conhecem nem lugares, nem tempos, é no *corpo-multidão*, onde encontramos a possibilidade de comunicar a vontade de muitos.

Referências

- BACCEGA, M. A. **Palavra e discurso**: história e literatura. São Paulo: Ática, 2007
- BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia**. Ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker editores, 2005.



BAITELLO Jr., Norval. O tempo lento e o espaço nulo. Mídia primária, secundária e terciária. In FAUSTO NETO, Antônio et al. (Org.). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.

BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. **Multidão**. Guerra e democracia na era do Império. Rio de Janeiro: Record, 2012.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

HOFF, Tânia Marcia Cezar. Consumo e biossociabilidade: regimes de visibilidade do corpo diferente. In SIQUEIRA, Denise C. Oliveira (org.). **A construção social das emoções: Corpo e produção de sentidos na Comunicação**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015.

JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Editora Ática, 2007.

LE BON, Gustave. **Psicologia das multidões**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LE GOFF, Jacques. **A civilização do ocidente medieval**. Vol. II. Lisboa: Editorial Estampa, 1995.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**. Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Cia. Das letras, 2015.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MILANES, Nilton. O corpo é um arquipélago. Memória, intericonicidade e identidade. In **Estudos do texto e do discurso: mapeando conceitos e métodos** NAVARRO, Pedro (org). São Carlos: Claraluz, 2006.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público** [eBook]. Rio de Janeiro: Record, 2014.

VIRNO, Paolo. **Gramática da multidão**. Para uma análise das formas de vida contemporânea. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

WOOWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2011.