

---

## **Identidades LGBT e Autorrepresentação no YouTube**

### **LGBT Identities and Self-Representation on YouTube**

Mariana Menezes Mélo da SILVA<sup>1</sup>  
Anderson Gomes Paes BARRETTO<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Este artigo visa relacionar a identidade LGBT à necessidade de representação dessa população, partindo de revisão bibliográfica para apontar como solução a autorrepresentação nas redes sociais, por meio dos canais de vídeo da plataforma YouTube, aqui escolhido por sua potencial ampliação dos discursos e vozes até então minimizadas pela postura heteronormativa da sociedade. O canal Põe Na Roda foi trazido pelo seu poder de atuação entre os LGBTs.

**Palavras-chave:** Identidade; Autorrepresentação; LGBT; YouTube; Põe Na Roda.

#### **Abstract**

This article aims to relate the LGBT identity to the need of representation of this population, starting from a bibliographical revision to point out as a solution the self - representation in social networks, through the video channels of the YouTube platform, chosen here for its potential amplification of discourses and voices minimized by heteronormative posture of society. The channel Põe Na Roda was considered for its power of action among LGBTs.

**Keywords:** Identity; Self-representation; LGBT; YouTube; Põe Na Roda.

#### **Introdução**

---

<sup>1</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Marketing – FAMA, e-mail: [marihmenezes2011@hotmail.com](mailto:marihmenezes2011@hotmail.com)

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Professor Coordenador do Curso de Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Marketing – FAMA, orientador do trabalho, e-mail: [andersonpbarretto@gmail.com](mailto:andersonpbarretto@gmail.com)

---

A sociedade contemporânea, pós-industrial e tecnológica, apresenta relações humanas mediadas pelos meios de comunicação e por dispositivos conectados à internet. Este cenário, que Castells (2003) inclui na chamada Sociedade da Informação, é o que motiva o presente artigo, no sentido de que esta sociedade serve como palco para a construção das identidades no mundo atual, pós-moderno (HALL, 1992), marcado sobretudo pela fluidez das formas do eu (BAUMAN, 2004). Com esse intuito, partimos de reflexões sobre identidade e formas de representação de si, utilizando para isso comportamentos digitais nas plataformas de relacionamento da internet, notadamente, as redes sociais digitais, das quais destacamos aqui o YouTube, caracterizada como uma rede de compartilhamento de vídeos que, de acordo com pesquisa divulgada pela Pew Research Center (2018), está entre as mais populares e diariamente mais acessadas do mundo.

Nesse caminho, consideramos aqui o YouTube como uma mídia inclusiva, não no sentido de que todos os indivíduos estejam facilmente conectados à internet e automaticamente inseridos na rede social, mas, no sentido de que aqueles que acessam o YouTube têm a possibilidade de contribuir com seu multifacetado conteúdo audiovisual. Ou seja, para acessar a plataforma basta a conexão à internet, uma câmera e o *upload* – carregamento e envio – do vídeo filmado. Para isso, a plataforma não demanda conhecimentos técnicos aprofundados. Basicamente, é necessário que o usuário disponibilize o conteúdo audiovisual produzido por ele para um público conectado à plataforma ou para usuários inscritos naquele canal de vídeos específico. Esse comportamento reflete o que Jenkins (2011) chamou de convergência, na qual a cultura participativa se faz presente, sobretudo quando se considera esta sociedade da informação, já mencionada, em que os indivíduos estão munidos de dispositivos tecnológicos conectados à rede, tendo o smartphone como o aparelho síntese dessa convergência.

Considerando esse nível de acessibilidade, relacionamos aqui esse comportamento do filmar-se e mostrar-se como um modo de subjetivação de indivíduos os mais diversos (DUBOIS, 2004), que potencialmente alcançam a fama instantânea, independentemente de estarem presentes nas mídias de massa tradicionais, como a TV. Assim, as chamadas “minorias”, como as LGBTs, podem ter então a chance de mostrarem-se para públicos

---

específicos, motivados muitas vezes pela interação, fator constituinte das redes sociais digitais (RECUERO, 2009).

### **Identidade, Comunidade, Subjetivação e Mídia**

A identidade do indivíduo na sociedade contemporânea, para Hall (1992), é formada e modificada a partir da interação entre o eu e a sociedade. Facilitadora da autocompreensão, a construção diária do ser se dá na correspondência do meio social e cultural (BEAUVOIR, 2009), que está regido então de valores próprios, como também absorvidos, de modo que essa construção da identidade se apresenta não apenas por meio de aspectos físicos, mas também mentais e comportamentais. Diante disso, é possível crer que a maneira como o indivíduo se percebe diante dos outros influi diretamente nas representações mentais e sociais.

Para Bauman (2004, p. 17), a questão da identidade surge com a exposição a comunidades, formadas por aquilo que se tem em comum, e que se define a partir de ideias e princípios em um mundo de diversidade e pluricultural. Desse modo, os indivíduos se percebem e são percebidos como pertencentes a um determinado grupo e isso acontece por meio de regras sociais, explícitas ou não, como a própria noção de pertencimento, por exemplo. Ou seja, o pertencer está submetido a formas de reconhecimento de si, que se dá tanto por meio da percepção de si mesmo – enquanto voz, corpo, mente e comportamento – como também por meio da diferenciação de si diante do outro. Esse processo de construção, para Bauman (2004), é algo cada vez mais fluido, afinal, tanto a identidade quanto a noção de pertencimento se liquidificam em um mundo continuamente pautado pelo instantâneo, pela tendência, pelo efêmero (LIPOVETSKY, 2009). Assim, o eu, presente na sociedade contemporânea, não tem a “solidez de uma rocha” (BAUMAN, 2004, p. 17), uma vez que se caracteriza por sucessivas negociações e renovações constantes no meio social.

Berger (2004, p.15) diz que há na sociedade a confluência entre os papéis sociais manifestados por meio de comportamentos, posturas e compreensões de mundo que são fundamentais ao entendimento individual, mas que, por sua vez, são frutos de um universo coletivo, no caso, o da própria sociedade. É nesse caminho de construção dos indivíduos dentro de uma coletividade que a mídia se estabelece. A mídia atua como um dos principais

mediadores dessas relações, especialmente, pelo fato dela servir como instrumento de representação social (JOVCHELOVITCH, 2000). Nesse sentido, a mídia age como mediadora social a partir do momento em que passa a refletir “a aventura da busca humana para dar sentido e entender sua própria existência no mundo” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 81).

A representação pode ser entendida como o “estar no lugar de, isto é, estar numa tal relação com um outro que, para certos propósitos, é considerado por alguma mente como se fosse esse outro” (PIERCE, 2008, p. 61). Esse ser no outro também tem semelhantes relações conceituais com a mídia e seu papel de contribuir com a construção das identidades. A identidade, nesse sentido, por ser alvo da compreensão dos indivíduos, assume papéis diversos, sobretudo quando mediada pelo olhar do outro, ou seja, os indivíduos se reconhecem, por exemplo, a partir do que a sociedade – assim como a mídia – legitima e encoraja. Assim, as pessoas podem assumir posturas diferentes para cada papel social, submetidas ao que é “permitido”, orientadas pelo “normal” ou pelo “aceito”. Para Foucault (2008a),

A normalização disciplinar consiste em primeiro colocar um modelo, um modelo ótimo que é construído em função de certo resultado, e a operação de normalização disciplinar consiste em procurar tornar as pessoas, os gestos, os atos, conformes a esse modelo, sendo normal precisamente quem é capaz de se conformar a essa norma e o anormal quem não é capaz (FOUCAULT, 2008a, p.74).

Diante das normas sociais, toda identidade parece ser construída pelo conjunto de papéis que são definidos pelos processos de significação e representação do eu, mesmo que seja um eu manipulado, mediado, comum ou não. Assim, ao servir como ferramenta desses processos de subjetivação dos indivíduos (VEIGA-NETO, 2003), a mídia carrega em si o poder e a capacidade de legitimar, fortalecer, gerar diferenciação, ou ainda exclusão. A mídia, então, aproxima os indivíduos, no sentido de reforçar neles o que há em comum – nem que seja pelo desejo de pertencer. (BAUMAN, 2004)

É justamente esse o caso da população LGBT, por exemplo, que, regida por uma sociedade munida de valores determinantes e movida por uma moral por vezes difusa advinda de uma postura dominante hetero(norma)tiva, são percebidos como aqueles que “destoam” da aparente normalidade identitária (MEYER; PETRY, 2011), fato que certamente gera inúmeros entraves no processo de autoconhecimento, percepção, representação e, conseqüentemente,

---

aceitação de si. Nesse caminho, Meyer e Petry (2001, p. 195) dizem que “a heteronormatividade visa regular e normatizar modos de ser e de viver os desejos corporais e a sexualidade”, e assim, indo de encontro a essa postura biologicista e determinista, as identidades LGBT, carentes de representação numa sociedade heteronormativa, parecem vislumbrar nas mídias da internet – como o YouTube – um caminho de resistência e resignificação.

### **Redes Sociais Digitais, Poder e Autorrepresentação LGBT**

A internet tem se tornado cada vez mais um palco de criação, divulgação e compartilhamento de conteúdos diversos, de um modo ou de outro, facilitados pela possibilidade de interação, edição e troca (RECUERO, 2009), sobretudo nas chamadas redes sociais digitais. Para Santaella (2011), as redes dão poder às entidades humanas devido aos números das rotas de suas conexões. Assim, a internet se apresenta como um espaço propício para projeção das identidades (SIBILIA, 2008), no sentido de que essas identidades podem se fazer presentes no imaginário coletivo e virtual de indivíduos que não só atuam enquanto espectadores como também adotam comportamentos e legitimam posturas sociais. Dessa forma, a internet e as redes sociais digitais, estas últimas enquanto plataformas de relacionamento, estimulam os indivíduos a exporem suas opiniões, rostos e particularidades, favoráveis ou desfavoráveis às mais diversas causas.

Nesse sentido, a internet acaba funcionando como um ambiente de trocas sociais, movimentada por conteúdos – em texto, foto, áudio e vídeo – de pessoas que, voluntariamente alimentam os seus fluxos comunicacionais (SANTAELLA, 2011). E as redes sociais digitais são uma prova disso, afinal, segundo Barretto e Figueiredo (2015), elas têm a capacidade de reger relações humanas, impulsionando leituras e trocas, especialmente discursivas e ideológicas, uma vez que os indivíduos conectados não só recebem os discursos dos outros, como também os reproduzem, atuam sobre eles, os remixam e apropriam-se deles. E tudo isso com o intuito de alcançar visibilidade, reconhecimento, status e representatividade.

Dentro dessas plataformas, grupos e minorias sociais podem exercer sua pluralidade, promover interação social, organização e mobilização, encontrar objetivos

---

comuns, consciência grupal e continuidade, tudo o que, para Dubois (2004), já foi alcançado anteriormente por meios tradicionais como a televisão – quem, junto ao vídeo, abriu caminho para o consumo de filmes que colocaram o corpo como elemento central. E essa herança influencia certamente os comportamentos atuais de colocar-se em frente a uma câmera e tornar-se assim, ao mesmo tempo, o ser que filma e o objeto filmado (DUBOIS, 2004). As redes sociais da internet assumem então esse papel de representar aqueles que (até hoje) não são usualmente contemplados pela TV, por exemplo. Assim, a necessidade de se afirmar como dono ou dona de seu próprio corpo, potência máxima de vários discursos (DUBOIS, 2004), encontra nessas plataformas digitais um solo fértil para propagação e aceitação de suas identidades.

Para Sotomaior (2008), as redes sociais como Facebook, Instagram e Youtube estimulam mudanças nos processos subjetivos, promovendo diferentes formas de relação do corpo com as imagens e do sujeito com os dispositivos de autorrepresentação. Fantoni (2017) diz que autorrepresentação se refere ao controle de informações sobre si mesmo, ou seja, trata-se de uma expressão do indivíduo com o desejo de incitar a aceitação de seu público, no sentido de legitimar a sua própria identidade. É desse modo que a autorrepresentação aparece como um caminho para a inclusão de discursos da população LGBT nos meios digitais, afinal, nesses espaços, ao mesmo tempo em que o autor/tema é indivíduo, ele também é a representação de uma causa e de uma coletividade que expressa ideias e sentimentos semelhantes ao que determinado público pode/quer ver.

As redes, para Santaella (2011), envolvem os humanos em seus discursos, demandas, cacofonias, ecos e reverberações, de modo a favorecer conversas de indivíduo a indivíduo. Foucault (1970) diz que a sociedade produz discursos constantemente, estes são capazes de não só organizá-la e redistribuí-la, como também controlá-la, selecionando aquilo que deve ser ou não visto. Desse modo, a construção das identidades envolve não apenas o que é “comum”, tantas vezes regido pelas regras sociais, como também o “diferente”. Na perspectiva do biopoder, Foucault (2008b) enquadra a sociedade como controladora desses discursos, sobretudo, quando um poder soberano se estabelece (sociedade heteronormativa) e é capaz de negar direitos, reprimir e até mesmo matar ou deixar morrer (homofobia, por exemplo). Foucault (2008b) diz que, na era do biopoder, a morte de uns assegura a existência

---

de todos, e é isso o que se vê quando relacionamos a população LGBT e o poder representativo da mídia. Além de a mídia tratar os LGBTs como “estranhos” e “diferentes”, ao negar a voz dessa população, ao negar a visibilidade igualitária na programação rotineira, por mais que não venha a matar os LGBTs enquanto corpos físicos, os diminui e até os aniquila enquanto corpos representativos.

A condição biológica, por mais que determine o sexo físico, não delimita as possibilidades do eu (JESUS, 2012), tampouco as construções dos discursos. A ideia do “aquilo que sou” não deve mais estar condicionada a permissões do outro, já que a anuência do outro pode ser uma forma de desconstrução – e em alguns casos destruição – do sujeito. É nessa contramão que os vídeos do YouTube aparentemente emergem como possível solução para a população LGBT, indo de encontro à postura da sociedade heteronormativa.

Estatisticamente, os jovens LGBTs têm mais propensão a usar drogas ilegais do que os heterossexuais, mais chances de experimentar altos níveis de depressão, mais vontade de “querer sumir do mundo” e assim por diante. É o que revelou um estudo feito pela Universidade de Columbia, em 2013, nos Estados Unidos, e mostra um dado preocupante: o público considerado LGBT apresenta maior risco em cometer suicídio. Mais uma relação pode ser feita aqui com o biopoder trazido por Foucault (2008b), afinal, dentro dessa perspectiva, o indivíduo que destoa daquele ideal legitimado e aceito pela sociedade é passível de morte: tanto a morte dos matáveis, num aspecto de violência mais explícita, como também num aspecto mais velado: a morte daqueles que a sociedade deixa morrer.

Além dos gays, lésbicas e bissexuais, os transexuais, as pessoas trans, são aquelas que não se identificam com o sexo que lhes fora determinado biologicamente (JESUS, 2012). O cenário se estreita ainda mais quando nos concentramos nessa letra T da sigla LGBT, afinal, de acordo com a mesma pesquisa, a evasão escolar no caso de alunos e alunas trans chega a ser de quase 90%, o que traz outras consequências: essas pessoas não conseguem a conclusão do ensino básico e acabam tendo a prostituição e a criminalidade como alternativas para a sobrevivência. As ruas tornam-se lares, às margens da sociedade, em seus aspectos sociais, econômicos, políticos e culturais. No Brasil, de acordo com a Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA, 2018), em 2017 foram contabilizados 179 assassinatos de travestis ou transexuais. Ou seja, uma pessoa trans é assassinada a cada 48 horas no Brasil.

## **YouTube e a identidade LGBT**

No YouTube, os indivíduos se comunicam por meio do vídeo, das imagens em movimento capturadas, mesmo sem necessariamente habilidade técnica, no entanto, munidos de representatividade ao revelarem ao mundo suas casas, quartos, objetos e espaços privados – que se tornam públicos por meio da internet (SIBILIA, 2008). São textos audiovisuais que evidenciam rostos, corpos, vozes, ideias e sentidos, afinal, é possível perceber tom de voz, postura, cenários, construção textual, discursos e posicionamentos sobre infinitos assuntos. O YouTube disponibiliza canais, espaços em que se pode assinar para receber conteúdos em primeira mão, espaços propícios para a cultura de fãs (ESPÍNDOLA, 2015) e geração de identificações entre os seus membros, eu, voluntariamente se cadastram para receber os conteúdos – o “ser diferente” encontra audiências que também são consideradas “diferentes”.

Não apenas os discursos, como também os símbolos atuam em prol dessas identidades. Sobre isso, Woodward (2007) diz que os símbolos são uma espécie de relação entre a identidade de uma pessoa e as coisas que ela usa, por exemplo. Assim, os símbolos fortalecem os discursos LGBTs no sentido de explicitarem, no caso, nos vídeos dos canais do YouTube, a fala, a linguagem, o vocabulário e as gírias, os gestos, os rostos, os corpos, as roupas e até as posturas corporais e ideológicas dessa população.

Um exemplo aqui apontado é o canal Põe Na Roda. O canal de vídeos do YouTube, no ar desde 2014, tem site próprio e perfis também no Facebook, no Twitter e no Instagram, começou com o roteirista Pedro HMC, conhecido pelo programa televisivo Furo MTV (2009-2013) e por sua coluna na Folha de São Paulo. No início, juntamente com os amigos Felipe Abe, Nelson Sheep e Rick Dourado, Pedro, falava de coisas rotineiras à vida homossexual. Desde um de seus primeiros vídeos (FIG. 1), ironizando o famigerado assunto “chuca”, eles tratam de assuntos diversos dentre o meio LGBT, com humor, mas também levam a seriedade e dão a devida importância a cada tema, o que leva pessoas de diferentes lugares do Brasil e do mundo a se inspirarem, comentarem nos vídeos o quanto aqueles conteúdos os motivam e os ajudam a se reconhecerem e se identificarem enquanto pessoa. O canal publica vídeos com conteúdos de temática LGBT, unindo entretenimento e militância, sem perder o humor que os

elevou à categoria de um dos canais mais influenciadores da plataforma de vídeos, tendo em 2018 alcançado a marca dos 800 mil inscritos.



FIG. 1 – Põe na Roda em Chuca

Consciente (2014). Fonte:

Canal Põe Na Roda – YouTube.

Com um poder de influência notável, sobretudo diante de outros canais voltados para a mesma temática e público – como o Canal das Bee (347 mil inscritos), o Para Tudo (459 mil inscritos), Coletivo Lumika (17 mil inscritos) e outros – o Põe na Roda se estabeleceu como instrumento de defesa da causa LGBT ao participar, inclusive, da campanha Livre e Iguais, promovida pela ONU em 2016, que defendia a igualdade de gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais, numa conscientização contra a homofobia.

### Considerações Finais

A imagem de si, especialmente quando se trata da população LGBT é construída não só pela identificação no outro, como também pela negação do outro, numa experiência carregada de resistências, lutas e carente de representatividade. Como os meios tradicionais de comunicação são regidos pela herança heteronormativa da sociedade hegemônica, as redes sociais digitais aparentemente passam a ser os espaços propícios para representações das minorias marginalizadas. Por meio do vídeo, plataformas como o YouTube assumem a

capacidade de legitimar identidades e discursos, ideologias e símbolos refletidos nos modos de falar, andar, vestir, se posicionar para então estimular trocas sociais entre indivíduos também LGBTs, muitas vezes, necessitados de aceitação e noção de pertencimento – noção que, para Bauman (2004), é fator necessário para a formação de comunidades e construção de identidades.

A força do empoderamento do “ver-se no outro” parece capacitar o ser a mostrar o seu eu, mediado pela tecnologia, no caso, pela imagem, pelo rosto, pela voz, pelos trejeitos que, mais do que detalhes físicos e comportamentais, revelam seres humanos passíveis de identificação. Entretanto, apesar de a visibilidade e do poder de representação alcançado a cada dia pelos canais do YouTube, a realidade ainda parece estar longe de ser a ideal, o que se constata pela ocorrência de casos de homofobia no Brasil e no mundo, em ambientes virtuais ou não. Apesar disso, é possível crer que a autoaceitação e a motivação de continuar a mostrar a si numa espécie de autorrepresentação midiaticizada – independente de gêneros e outros fatores delimitadores – têm o poder de conscientizar, instruir, entreter e promover a compreensão de si, inclusive como ferramenta mobilizadora em prol dos direitos fundamentais a essa população.

## Referências

- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (ANTRA), 2018. Disponível em: < <https://antrabrasil.org/mapa-dos-assassinatos/> >. Acesso em: 23 maio 2018.
- BARRETTO, Anderson Gomes Paes; FIGUEIREDO, Carolina Dantas de. A hora da estrela virtual: leitura, literatura, reapropriação e remix de Clarice Lispector nas redes sociais. In: **Revista Brasileira de História da Mídia**, 2015. Disponível em: < <http://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/viewFile/4165/2476> >. Acesso em: jul 2017.
- BAUMAN, Zigmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BERGER, Peter. **O dossel sagrado**, São Paulo, Editora. Paulus, 5ª. Edição, 2004.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DUBOIS, Philip. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

---

ESPÍNDOLA, Polianne Meire. Cultura de fãs e redes sociais: como a cultura participativa e o capital social atingem as organizações. In: **XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Joinville, 2015. Disponível em: < <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0548-1.pdf> >. Acesso: 23 abr 2018.

FANTONI, Andressa. **Autorrepresentação de adolescentes porto-alegrenses no Instagram**. Dissertação (Mestrado), PUCRS, 2017. Disponível em: < [http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/7541/2/DIS\\_ANDRESSA\\_FANTONI\\_COMPLETO.pdf](http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/7541/2/DIS_ANDRESSA_FANTONI_COMPLETO.pdf) >. Acesso em: mar 2018.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**, 1970. Disponível em: < [http://www2.eca.usp.br/Ciencias.Linguagem/Foucault\\_OrdemDoDiscurso.pdf](http://www2.eca.usp.br/Ciencias.Linguagem/Foucault_OrdemDoDiscurso.pdf) >. Acesso: 17 dez 2017.

\_\_\_\_\_. **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France (1977-1978). São Paulo: Martins Fontes, 2008a.

\_\_\_\_\_. **Nascimento da biopolítica**: Curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HMC, Pedro. **Um livro para ser entendido**. São Paulo: Planeta, 2016.

JENKINS, Henry. **Transmedia 202: Further Reflections**, 2011.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre gênero**: conceitos e termos, 2012.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública**: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2000.

LIPOVETSKY, Giles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009

MEYER, Dagmar Elisabeth Estermann; PETRY, Analídia Rodolpho. Transexualidade e heteronormatividade: algumas questões para a pesquisa. In: **Textos & Contextos**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p.193 - 198, jan./jul. 2011.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2008

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Redes sociais digitais**: a conexão cognitiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2011.

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

SOTOMAIOR, Gabriel de Barcelos. **Autorrepresentação de vídeos na internet**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes, Dissertação de mestrado. 2009.

VEIGA-NETO, A. **Foucault e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.