



O “perfil” da medusa ou o mosaico contemporâneo do controle de si.

The medusa’s “profile” or the contemporary mosaico f self-control.

Augusto Ramires¹

Resumo: O presente artigo/ensaio tem como objetivo principal discutir as manifestações dos dispositivos de subjetivação neoliberal a partir de uma aproximação reflexiva sobre as dimensões do *controle de si* e *escrita de si* em meios digitais. A reflexão pauta-se na análise daquilo que o crítico cultural alemão Siegfried Kracauer denominou como “fenômenos de superfície”, ou seja, espetáculos de grande interesse estético. Nesse sentido, serão analisados de forma ensaística o reality show *O aprendiz* e a plataforma de rede social de compartilhamento de fotos e vídeos *Instagram* no intuito de contribuir para uma apreensão da lógica de subjetivação e totalização neoliberal.

Palavra-chave: neoliberalismo; atualismo; escrita de si;

Abstract: This article/essay mains to discuss the manifestations of neoliberal subjectivation from a reflective approach to the dimensions of self-control and self-writing in digital media. The reflection is based on the analysis of what the German cultural critic Siegfried Kracauer called “surface phenomena”, that is, shows of great aesthetic interest. In this sense, the reality show *O Aprendiz* and the social network platform for sharing photos and videos *Instagram* will be analyzed in an essay in order to contribute to an apprehension of the logic of subjectivation and neoliberal totalization.

Keywords: neoliberalism; updatism; self-writing;

O aprendiz/homem empresarial

O aprendiz é um reality show sobre empreendedorismo. Estreou no Brasil em 2004 e foi produzido e exibido pela *RecordTV* até 2014 e a partir de 2018 pela *Band*. O mote do programa é a concorrência entre os participantes e o principal objetivo é demonstrar as qualidades de um verdadeiro empreendedor – vendas, marketing, visão de negócios, finanças, gerenciamento, negociação, administração, etc². O ambiente de

¹ Doutorando em História pela Universidade Federal de Ouro Preto. E-mail: martinsramires@gmail.com

² O APRENDIZ. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=O_Aprendiz&oldid=59226326>. Acesso em: 13/08/2021. Na plataforma de compartilhamento de vídeos *Youtube* encontramos todos os episódios da temporada de 2019, objeto de nossa análise. O modelo de apresentação do programa *O Aprendiz* segue um padrão encapsulado na primeira frase da primeira chamada publicitária: “o jeito de trabalho mudou, o de demitir



competição é voraz. São realizadas provas de performance em que a cada semana é selecionado um participante que irá gerenciar sua equipe nos desafios propostos pela direção do programa. As provas envolvem uma diversidade de aptidões e são cuidadosamente pensadas para que cada participante otimize suas capacidades de adaptação e proatividade. O grupo que vence o desafio não participa da “sala de reuniões”: lugar temido onde o gestor do programa realiza uma auditoria com os perdedores da semana e demite a pessoa que obteve o pior desempenho.

O reality show é entendido aqui como um simulacro. Não um reflexo imperfeito, mas um microcosmo que assume a dinâmica e realiza uma performance sobre a realidade. O simulacro é a ação em si mesma, que produz e replica modos de subjetivação. A compreensão das expectativas dos telespectadores é sintomática deste aspecto. Durante o programa, a produção exhibe comentários de expectadores que expressam sua opinião em redes sociais. Podemos realizar uma mensuração da expectativa a partir de tais comentários: no primeiro episódio, especificamente sobre o momento “sala de reunião”, destacamos o seguinte comentário de um telespectador: “apenas tomando nota e aprendendo com “O Aprendiz”. O comentário aponta para uma dinâmica intrínseca ao programa, a saber, uma aula sobre empreendedorismo e gestão pessoal. Nesse sentido, podemos ensaiar que *O aprendiz* é a expressão da nova governamentalidade neoliberal, um *governo de si* em que as pessoas se compreendem fundamentalmente como empresas inseridas em um contexto de competição (DARDOD; LAVAL, 2016). Não seria despropositado, também, destacar o ambiente artificializado que projeta e mantém a competição entre os participantes (DARDOD; LAVAL, 2016). O programa cria as condições ideais para a competição, projetando as provas e organizando o local a ser efetivado. Uma utopia neoliberal: o modo de agir baseado na performance empresarial em um ambiente artificialmente criado para que a concorrência se efetive sem perturbações ou ruídos.

A emergência do conceito de empreendedorismo é central para a compreensão da dinâmica do neoliberalismo. Podemos observar um adensamento semântico do conceito que é resultado de sua difusão e complexificação. Nesse sentido, a experiência aglutinada

não.” Nesse sentido, a lógica empresarial determina a forma e o conteúdo do programa. A ordenação do reality show segue uma ordem que pode ser descrita da seguinte forma: a entrevista com o RH; o diálogo com o administrador; a competição entre os empreendedores; as reuniões de grupo; as dicas do “coach”, e os resultados positivos (passar para a próxima fase ou ganhar o reality show) ou negativos (ser demitido). <https://www.youtube.com/c/OAprendiznaBand/videos>. Acesso em 13/09/21.



no conceito de empreendedorismo pode ser considerada a partir das quatro dimensões de performance do conceito exposta por Reinhardt Koselleck, a saber, a democratização, politização, temporalização e ideologização, o que torna a experiência participante da constelação dos conceitos fundamentais de uma determinada época (KOSELLECK, 2006). As análises de Matthew Eagleton-Pierce apontam para esse sentido. Segundo o autor, o conceito de “Entrepreneurship” é um conceito chave do neoliberalismo e está diretamente relacionada com a emergência do pensamento neoliberal. O conceito deriva das concepções da escola neoliberal austríaca a partir de Mises (1949) e Hayek (1948), e articula um “particular appeal to entrepreneurship as a generalised ethic for governing both the self and different organisations”; além de ser implementado como “an answer to the problems of government”. Como dito anteriormente, o conceito articula em si um valor social (EAGLETON-PIERCE, 2016, p. 56-61).

Outro dado interessante é a emergência do termo nas bases de dados de livros digitalizados pelo google Ngram, em que podemos verificar a frequência do termo.³ O crescimento, evolução do léxico e o uso do termo coincide com as implementações das políticas neoliberais a partir da década de 1970-80. Suas primeiras aparições estão localizadas na década de 1940 onde o termo foi cunhado pelos teóricos neoliberais. A partir da década de 2000, podemos observar uma explosão vertiginosa do conceito. Apesar dos vícios ou possíveis erros interpretativos da base de dados do google, podemos evidenciar uma verdadeira ascensão de uso do termo nos últimos anos. Ao nosso ver, o crescimento e consolidação da internet foi um importante componente para a difusão e consolidação do conceito, derivado do uso cotidiano de sua aplicação e experiência.

3

https://books.google.com/ngrams/graph?content=Entrepreneurship+&corpus=26&year_start=1800&year_end=2019&smoothing=3&direct_url=t1%3B%2CEntrepreneurship%3B%2Cc0. Acesso em 16/02/2022. Sobre os usos do Ngram como instrumento de pesquisa, ver: (PEREIRA, M. H. de F.; SANTOS, P. A. C. dos; NICODEMO, T. L.; 2015)



Google Books Ngram Viewer

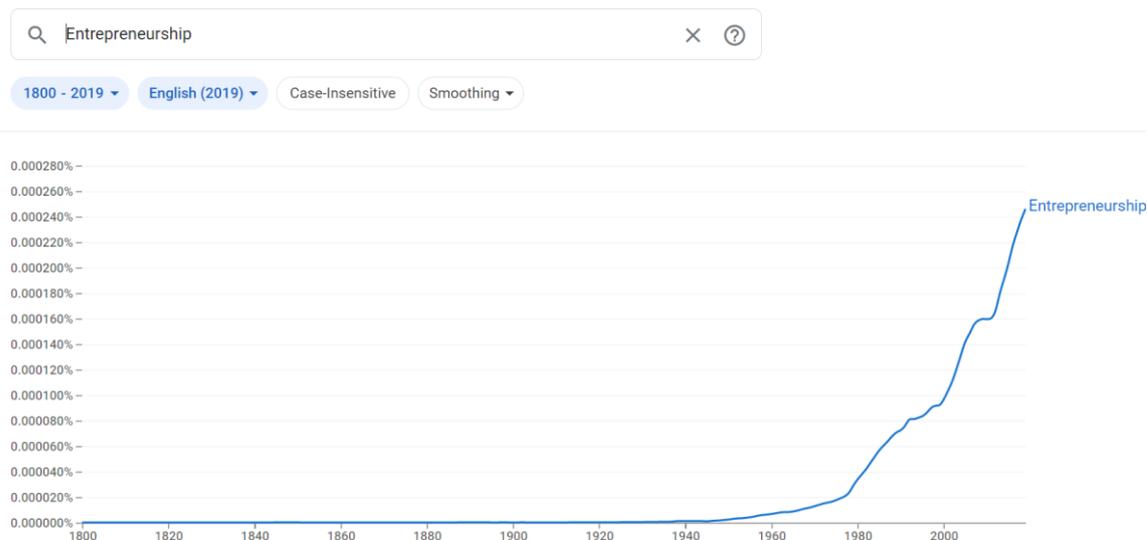


Imagem 1: busca pelo termo Entrepreneurship (empreendedorismo).

Fonte: Google Ngram Viewer: Acesso em 16/02/2022.

Nesse sentido, não é fortuito que *O aprendiz* é uma versão brasileira de *The Apprentice* da NBC, em que Donald Trump foi apresentador e coprodutor. O programa brasileiro foi e é apresentado por Roberto Justus. Interessante é que João Dória o apresentou por dois anos.⁴ A relação entre política e entretenimento assume importância fundamental pois são justamente nomes como Donald Trump e João Dória, chefes de executivos (ex-presidente dos Estados Unidos e atual governador do Estado de São Paulo, respectivamente) que exercem o papel de gestor no programa, demitindo aqueles que não se enquadram no governo de si empresarial. Eis a emergência do “herói corporativo” para a direção dos assuntos públicos (EAGLETON-PIERCE, 2016, p. 56-61). Seria despropositado falar de uma amplificação da emergência de um “governo de si” para um “governo dos outros”? Se a nova governamentalidade neoliberal é o espaço em que as pessoas se compreendem como empresas inseridas em um contexto de competição – o indivíduo no centro de tudo, narcísico, obcecado consigo mesmo e pelo controle de si mesmo – seria fortuito falar em um gerenciamento público/social pautado no corporativismo e empreendedorismo?

Instagram/estética da existência

⁴ Ambos os brasileiros são empresários, empreendedores e investidores.



“[...] trata-se de não buscar o indizível, não de revelar o oculto, não de dizer o não-dito, mas de captar, pelo contrário, o já dito; reunir o que se pôde ouvir e ler, e isso com uma finalidade que nada mais é que a constituição de si”.

Michael Foucault. *A escrita de si*, 1983.

A edição do *O aprendiz* de 2019 anuncia uma novidade em seu quadro de participantes, “um novo grupo de personalidades, os influenciadores digitais”.⁵ Influenciador digital, segundo o blog de tecnologia *canaltech* é a pessoa que “detém o poder de influência em um determinado grupo de pessoas. Esses profissionais das redes sociais impactam milhares e até milhões de seguidores, todos os dias, com o seu estilo de vida, opiniões e hábitos”.⁶ Em grande medida é a exposição do estilo de vida da pessoa, seus hábitos privados e públicos, que mobiliza o interesse de um grande público.

Trata-se de uma estratégia de marketing dos reality shows, pois tanto os participantes terão maior visibilidade pública a partir da rede de televisão, quanto o programa ganhará a atenção dos seguidores dos *influencers*. Outros reality shows adotaram o mesmo caminho. *A Fazenda* da RecordTV adota o modelo há algum tempo e mais recentemente o *Big Brother Brasil 20*, da Rede Globo, também usou a fórmula. A título de exemplo, alguns participantes do BBB 20, digitais *influencers*, contam com mais de 10 milhões de seguidores na rede social de compartilhamento de fotos e vídeos *Instagram*.⁷ E é justamente no *Instagram* que a “influência” atinge seu ponto culminante.

Entendemos o *Instagram* como um novo modo de escrita biográfica, um espaço digital em que o sujeito elabora uma *escrita de si* (FOUCAULT, 1992. pp. 129-160; DOSSE, 2009). A biografia do *Instagram* emerge como um guia de conduta pública e um dispositivo de subjetivação do discurso neoliberal. “O reflexo vira matéria”: na

⁵ Empreendedorismo e informação são os lemas desta edição do programa. Pedimos ao paciente leitor que assista a abertura do programa, especificamente entre os minutos 0:20-2:28. Ver: https://www.youtube.com/watch?v=wBXjaM6MSIU&ab_channel=OAprendiznaBand. Acesso em 13/09/2021.

⁶ Ver: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/digital-influencers-afinal-o-que-e-ser-um-influenciador-nas-redes-162554/>. Acesso em 13/09/2021. Além dos influencers, o programa conta com a participação especial de José Roberto Marques, fundador e presidente do Instituto Brasileiro de Coach, “que já treinou mais de 1 milhão de pessoas”. O universo “Coach” é outro fenômeno para entendermos a emergência e implicações da subjetivação do neosujeito.

⁷ Dentre as participantes *influencers* com mais de 10 milhões de seguidores: Bianca Andrade (Boca Rosa) – 13,6 milhões; Manu Gavassi – 15,3 milhões; Mari Gonzalez – 10,6 milhões; Rafa Kalimann 22,2 milhões. Acesso em 14/09/2021.



articulação discursiva de si – a partir da escrita biográfica do “perfil”, o sujeito se torna escravo de sua representação. Esta representação é pautada pela tendência dos ideais estéticos – o corpo perfeito, a última moda, o *mindset*, a espiritualidade e etc. A representação assume performance na medida em que aprisiona o sujeito obliterando a separação entre público e privado. O sujeito que produz a representação é obrigado a abandonar sua dimensão privada para sustentar sua performance – o ator se confunde com o personagem – pois a legitimidade deriva justamente de suas ações no cotidiano. Em outras palavras, a dimensão privada é a fonte de legitimidade do modo de vida exposto, da publicidade.⁸ Nesse sentido, não é fortuito que o *Instagram* forneça aos seus “usuários” a função *stories* – os *stories* são uma modalidade de publicação de fotos e vídeos de até 15 segundos que ficam disponíveis por apenas 24 horas e depois são desligados/arquivados pela plataforma; Os *stories* estão reunidos na parte superior do perfil, em círculos com pequenos títulos. Cada círculo é um link para dezenas de fotos e vídeos sobre o tema assinalado. Há a possibilidade de selecionar determinados *stories* e os expor de modo permanente. Em grande medida, os *stories* permanentes são fundamentais na composição dos “perfis” e, conseqüentemente, na escrita de si do *Instagram* – que funcionam como uma espécie de plebiscito de si através de visualizações, comentários, enquetes e reações de outros usuários. A representação biográfica exposta nos “perfis” torna-se conduta de si, e conseqüentemente, pela publicidade, condutas para os outros.

Nesse sentido, a mesma lógica da gestão de si empresarial assume o primeiro plano na gestão do “perfil”. A gestão de si envolve uma compartimentação de “esferas de si”.⁹ No “perfil” do *Instagram*, é possível anexar *stories* permanentes, separando-os por assuntos e temas. Por exemplo, no “perfil” da digital *influencer* Mari Gonzalez podemos encontrar o princípio da compartimentação das esferas pessoais. A Ex-BBB fixa cinco esferas em seu perfil: “doses de amor”, “looks”, “dieta”, “treinos” e “viagens”.¹⁰ A esfera “doses de amor” refere-se ao *mindset* positivo que devemos refletir

⁸ Sobre as articulações de público e privado, social e publicidade (ARENDR, 2007). Segunda a autora: “para nós, a aparência – aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmo – constitui a realidade”; Assim, “Ser e parecer coincidem”, na medida em que constituem a realidade (ARENDR, 2000, p.17).

⁹ Sobre a ideia de autonomização das esferas da vida social na modernidade, ver: (WEBER, 1993; WEBER, 1995).

¹⁰ Este é um padrão generalizado na plataforma nas construções de perfis. Análise feita em setembro de 2020. Em setembro de 2021, já são 10 as esferas de *stories* compartilhados.



e adotar. “Looks” refere-se ao modo de se vestir, inovar e adaptar em diferentes situações. A esfera “dieta” está relacionada à esfera “treinos”, ambos compõem receitas e modos de manter a forma do corpo. Por fim, as “viagens”, que funcionam quase como que uma conclusão de todas as outras esferas – o resultado da positividade e do empreendedorismo de si provindos do *mindset* das “doses de amor”, somadas a alimentação saudável e o treino do corpo, em junção com os modos de se vestir, são aglutinados em momento “perfeitos” vividos em lugares lindos, às vezes, acompanhados por outros *digital influencers*.¹¹

A publicidade dos modos de gestão de si articulados pela escrita de si do *Instagram* cria as condições de possibilidade de amplificação da lógica de subjetivação neoliberal. Influenciar é viver a sua própria gestão – com patrocínios e marketings, confirmada pelo plebiscito dos seguidores. No limite, o que podemos observar é a replicação de modos de si entre *influencers* e seguidores. Uma estética de si.

O ornamento das massas/impossibilidade da ação

“The position that an epoch occupies in the historical process can be determined more strikingly from an analysis of its inconspicuous surface-level expressions than from that epoch's judgments about itself.”

Siegfried Kracauer, *The Mass Ornament*, 1927.¹²

Em um de seus mais relevantes ensaios sobre a cultura de massas no século XIX, o crítico cultural Siegfried Kracauer postula as linhas de sua *micrologia* histórica, ou seja, a análise dos “fenômenos de superfície”, “o todo no minúsculo”, dos “fragmentos”, “dos elementos imediatamente dispersos” (MACHADO, 2006, p. 48-63). Segundo o autor alemão, os “fenômenos de superfície” – para ele os espetáculos de grande interesse estético, como as *tillergirls*¹³ dentre outros – garantiriam um acesso à natureza inconsciente de uma determinada época, ou seja, ao conteúdo fundamental de sua existência. Assim, no contexto da década de 1920, o “ornamento das massas” seria

¹¹ Que por sua vez, replicam os mesmos gerenciamentos de si expostos nas esferas de si.

¹² KRACAUER, Siegfried. *The Mass Ornament: Weimar Essays*. Trad. Thomas Y. Levin. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1995. p. 75.

¹³ Sobre as *Tillergirls*: https://www.youtube.com/watch?v=Mldt0Vcyl60&ab_channel=TillerGirlsArchives. Acesso em 13/09/21.



justamente o reflexo da dissolução da individualidade produzida pela homogeneização social da modernidade, quase um eco da padronização das fábricas, que em suas consequências políticas produziu as condições de possibilidade para a emergência dos movimentos fascistas. Segundo Kracauer: “The mass ornament is the aesthetic reflex of the rationality to which the prevailing economic system aspires” (KRACAUER, 1995, p.79)¹⁴. Ou seja, prelúdios de uma determinada experiência sensorial que transforma a política em estética – a “auto-alienação” do “espetáculo para si mesmo”, como ressalta Walter Benjamin (BENJAMIN, 1994).

Ao pensarmos em toda dinâmica e interação dos dispositivos de subjetivação do neoliberalismo e a partir da inspiração de Benjamin e Kracauer, a pergunta que se coloca é a seguinte: qual a possibilidade de uma homogeneização social pela hipertrofia do individualismo do neosujeito e qual sua implicação política?

Como vimos em nossos atuais “fenômenos de superfície”, a lógica empresarial do controle de si e sua reprodutibilidade cria uma competição entre os sujeitos e uma valorização exacerbada da individualidade (DARDOD; LAVAL, 2016, p. 355). Nesse sentido, Dardot e Laval argumentam que a subjetividade neoliberal cria uma desmoralização das relações entre os sujeitos, uma corrosão da solidariedade e dos laços sociais: “como manter juntos sujeitos que não devem nada a ninguém?”. O escombros desmoralizador e a dessimbolização ética – dessimbolização repercutida pela morte do narrador benjaminiano; A perda da experiência e das instituições inscritas na tradição (BENJAMIN, 1994) – ocorrem pela máxima valorização individualista, em que a infinidade das possibilidades permitiu ao sujeito dizer não as proibições, criando as condições para fundamentar-se em si mesmo. Assim, nos deparamos com a primeira sujeição totalizadora da lógica normativa do neosujeito: o intermitente gozo da performance positiva (DARDOD; LAVAL, 2016, p. 362). Segundo Dardot e Laval:

O que distingue a nova lógica normativa é que ela não exige uma renúncia total do indivíduo em proveito de uma força coletiva invencível e de um futuro radioso [como no fascismo da primeira metade do século XX], mas deseja obter uma sujeição não

¹⁴ Tanto para Hannah Arendt em sua descrição da emergência do totalitarismo, quanto para Robert Paxton em sua análise histórica do Fascismo, as massas ocupam lugar privilegiado na emergência e construções desses movimentos. Para Paxton, o fascismo foi criado para ser uma política de massas, orientando sua vocação com apelo retórico emocional através de rituais e cerimônias (PAXTON, 2007). Para Arendt, o totalitarismo busca acabar com as formas de engajamento comum (classes) e potencializar a atomização e isolamento do sujeito, assim, assevera que a “uniformidade inteiramente homogênea é a condição fundamental para o totalitarismo” (ARENDR, 1990, p. 372).



menos total de sua participação num jogo “ganha-ganha”, segundo a fórmula eloquente que supostamente explica a vida profissional e social (DARDOT; LAVAL: 2016, 355).

Ao mesmo tempo, ainda com Dardot e Laval, a possibilidade hiperbólica do *gozo de si*, que segundo Jaques Lacan é a aspiração da plenitude impossível, é denegada pelo próprio sujeito, a partir da própria gestão de si. Ou seja, a limitação do *gozo* é uma decisão individual que, invariavelmente, assume a forma de uma otimização do desempenho. A perda é apenas uma variação para se chegar ao gozo, assim, “não há perda, porque é imediatamente ‘para si’ que o indivíduo trabalha” (DARDOD; LAVAL, 2016, p. 362).

No entanto, somada a este processo totalizador do *gozo* da gestão de si, encontramos outro fator determinante: o uso das redes sociais e seus obscuros algoritmos. Como ressalta David Ruciman, um dos grandes perigos da democracia é o poder e influência crescente das gigantescas empresas de tecnologia. A extração de dados pelas corporações tecnológicas e sua sistematização pelos algoritmos criam uma gestão perigosa que podem incidir nas práticas cotidianas da sociedade, principalmente na manipulação e construção de hábitos e na radicalização de posicionamentos políticos. Sua maior performance está em sua automação para gerir possibilidades aos “usuários”. Com as *machines learning* e seus algoritmos, perdemos aos poucos nossa capacidade de tomar decisões, ou seja, nossa capacidade de ação (DRUNCIMAN, 2018). Em outras palavras, somos defrontados por uma imensidão de variedades que potencializa a lógica de afirmação de si, sem que, contudo, notemos que aquilo que escolhemos é sugerido por números que contabilizam e sistematizam nossas escolhas passadas, criando prognósticos e sugestões comportamentais para o futuro. Aquilo que Shoshana Zuboff denominou de mercado de previsão ou prognósticos comportamentais (ZUBOFF, 2019; TELES, 2018, p. 429-448). Os algoritmos são um potente dispositivo na subjetivação neoliberal pois em sua performance de customização individual de dados nos direciona para aquilo que queremos, e de forma sutil, nos envolve em uma “bolha” de consentimento e de manipulação comportamental. Eis a segunda totalização do neosujeito, a totalização da inercia frente a variedade flutuante da produção algorítmica (PEREIRA; ARAUJO, 2018).

Portanto, do imperativo empresarial ao domínio e gestão total de si pela reprodutibilidade estética do eu, o que observamos é a gradual perda da ação. A medusa atualista paralisa através do vício digital e da reprodutibilidade do gozo ou do



desempenho de si, com suas infinitudes de escolhas e customizações (PEREIRA; ARAUJO, 2017, p. 270-297). Diante de tantas opções e possibilidades, modos de vida e libertação espiritual, qual escolher? O sensato é a degustação de todas e a atualização de outras. Deste modo, a identidade torna-se uma mercadoria. Ao nosso ver, se a homogeneização social da modernidade, descrita no ornamento das massas de Kracauer, reflete as condições da dissolução da individualidade, o individualismo gerencial pautado na otimização de resultados e no empreendedorismo reflete outro tipo de homogeneização. A solidão digital e sua indelével petrificação em face das possibilidades de ação e escolhas reflete esse novo momento. Não seria nossa atualidade uma “uniformidade totalmente homogênea?”. Se o que o neoliberalismo faz é transformar a lógica competitiva do mercado na lógica de todas relações sociais, isso cria uma nova solidariedade, uma homogeneização do eu, que por sua vez é potencializado pela homogeneização algorítmica das redes sociais. Não seria essa distopia uma totalização digital da lógica neoliberal?

Referência bibliográfica:

ARENDDT, Hannah. A condição humana. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

ARENDDT, Hannah. A vida do espírito. Trad. Antônio Abranches e Helena Martins. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2000.

ARENDDT, Hannah. Origens do totalitarismo. Anti-semitismo, imperialismo, totalitarismo. Trad. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

ARFUCH, Leonor. O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea. Tradução de Paloma Vidal. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade. In: Magia e Técnica, arte e política - ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. A nova razão do mundo. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. Trad. São Paulo: Boitempo, 2016.

DOSSE, F. O Desafio Biográfico: escrever uma vida. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

DRUNCIMAN, David. Como a democracia chega ao fim. Trad. São Paulo: Todavia, 2018.



EAGLETON-PIERCE, Matthew. *Entrepreneurship*. In: *Neoliberalism: the key concepts*. Nova York: Rotledfe, 2016. p. 56-61.

FOUCAULT, Michel. *A escrita de si*. In: *O que é um autor?* Lisboa: Passagens. 1992.

KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Passado. Contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto/Editora PUC-Rio, 2006.

KRACAUER, Siegfried. *The Mass Ornament: Weimar Essays*. Trad. Thomas Y. Levin. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1995.

MACHADO, C. E. J. *Notas sobre Siegfried Kracauer, Walter Benjamin e a Paris do Segundo Império – pontos de contato*. HISTÓRIA, SÃO PAULO, v. 25, n. 2, p. 48-63, 2006.

PAXTON, Robert O. *A anatomia do fascismo*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

PEREIRA, M. H. DE F.; ARAUJO, V. L. DE. *Reconfigurações do tempo histórico*. Revista da Universidade Federal de Minas Gerais, v. 23, n. 1 e 2, p. 270-297, 5 jun. 2017.

PEREIRA, M. H. de F.; SANTOS, P. A. C. dos; NICODEMO, T. L. *Brazilian historical writing in global perspective: on the emergence of the concept of “historiography”*. History and Theory, n. 54, p. 84-104, dez. 2015.

PEREIRA, Mateus; ARAUJO, Valdei. *Atualismo 1.0 - Como a ideia de atualização mudou o século XXI*. 1. ed. Ouro Preto: SBTHH, 2018.

TELES, Edson. *Governamentalidade algorítmica e as subjetivações rarefeitas*. Kriterion, Belo Horizonte, v. 59, n. 140, p. 429-448, agosto, 2018.

WEBER, Max *Metodologia das ciências sociais (parte I)*. São Paulo: Cortez, 1995.

WEBER, Max. *Metodologia das ciências sociais (parte II)*. São Paulo: Cortez, 1993.

ZUBOFF, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs, 2019;