

8.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Vitor. **Suburbano da depressão: causos, contos e crônicas**. Rio de Janeiro: Autografia, 2016. E-book.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANTUNES, Amanda. **Do afetivo ao efetivo: um estudo sobre interatividade e práticas publicitárias**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

AUGÉ, Marc. **A guerra dos sonhos: Exercícios de etno-ficção**. Campinas: Papirus, 1998.

_____. **Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papirus, 1994.

BARROS, Carla. Usos juvenis de computadores na lan da periferia: um estudo sobre cultura, sociabilidade e alteridade. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** [recurso eletrônico], São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1775-1.pdf>> Acesso em: 2 set. 2013.

BARTH, Frederik. Os grupos étnicos e suas fronteiras. In: _____. **O guru, o iniciador e outras variações antropológicas**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2000. p. 25-68

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

_____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

_____. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

_____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BRAZ, Caio. **Saiba mais sobre os micro-influencers, a nova turma influenciadora da internet**. Caio Braz, Recife, 24 mar. 2017. Disponível em: <<http://caiobraz.com.br/tag/micro-influencers/>> Acesso em: 8 set. 2017.

BELÉM, Elisa. Sentidos da palavra performance. **Moringa: Artes do Espetáculo**, João Pessoa, v. 4, n. 1, p. 27-40, jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/moringa/article/view/16122/9208>> Acesso em: 29 jun. 2016.

BEZERRA, Beatriz Braga. Publicidade e entretenimento. In: BEZERRA, Beatriz Braga; GUEDES, Brenda Lyra; Costa, Sílvia Almeida da. **Publicidade e consumo: entretenimento, infância, mídias sociais**. Recife: Editora UFPE, 2016. p. 19-56.

BOELLSTORFF, Tom; NARDI, Bonnie; PEARCE, Celia; TAYLOR, T.L. **Ethnography and virtual worlds: a handbook of method**. New Jersey: Princeton University Press, 2012.

BON, Olga Carolina Pontes. “**Vaidosas e estúpidas**”: mediação cultural em blogs de moda. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

BOORSTIN, Daniel Joseph. **The image: a guide to pseudo-events in America**. New York: Vintage Books, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Introdução, organização e seleção Sérgio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BOYD, danah. **It's complicated: the social lives of networked teens**. New Haven and London: Yale University Press, 2014.

_____. Why Youth (Heart) Social Network Sites: The role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: BUCKINGHAM, David (Ed.). MacArthur Foundation series on digital learning – **Youth, identity, and digital media volume**. Cambridge: MIT Press, 2007. Disponível em: <<https://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>> Acesso em: 30 out. 2017.

BOYD, danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Indiana, v. 13, n. 1, out. 2007. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf>> Acesso em: 22 jun. 2016.

BRANDHØJ, Mia; JØRGENSEN, Lene Neergaard. **Virtual Ethnographic Experiences from Instagram: Practices of Staging Identities through Food Photos**. Copenhagen, 2013. Disponível em: <http://www.ifs.aau.dk/digitalAssets/71/71954_p3-project-mia-brandh--j-and-lene-neergaard-j--rgensen.pdf> Acesso em: 14 jun. 2014.

BRITO, Danielle. Melissa elege blogueiras como embaixadoras da marca. **A Gazeta do Povo**, Curitiba, 25 jan. 2007. Caderno G. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/melissa-elege-blogueiras-como-embaixadoras-da-marca-acjbn7bbnjrlqtkb0yzzhnfm>> Acesso em: 25 nov. 2017.

BRUNO, Fernanda. A obscenidade do cotidiano e a cena comunicacional contemporânea. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 11, n. 25, p. 22-28, dez. 2004. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3280>> Acesso em: 10 set. 2016.

CAMPANELLA, Bruno. **Perspectivas do Cotidiano: um estudo sobre os fãs do programa Big Brother Brasil**. 2010. 207 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

_____. Por uma etnografia para a internet: transformações e novos desafios. Entrevista com Christine Hine. **Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 167-173, jul./dez. 2015. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/111722/109726>> Acesso em: 4 jan. 2016.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 47-64.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix / Pensamento, 2007.

CAMPOS, Ricardo. Juventude e visualidade no mundo contemporâneo: uma reflexão em torno da imagem nas culturas juvenis. **Sociologia, Problemas e Práticas**, Oeiras, n. 63, p. 113-137, maio 2010. Disponível em: <<http://sociologiapp.iscte-iul.pt/pdfs/10163/10185.pdf>> Acesso em: 6 ago. 2013.

CARVALHO, Mariela Costa. Divulgação Científica no Youtube: Narrativa e Cultura Participativa nos Canais Nerdologia e Peixe Babel. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo. **Anais...** [recurso eletrônico] São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0897-1.pdf>> Acesso em: 10 out. 2016.

CASTRO, Cláudio de Moura. **A prática da pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1977.

CASTRO, Maria Helena Steffens de. O universo de crenças na argumentação da publicidade. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 15, n. 35, p. 126-133, abr. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4103>> Acesso em: 29 ago. 2016.

CHAKA, Chaka. From CMC technologies to social participation technologies. In: TAIWO, Rotimi. (Ed.). **Handbook of research on discourse behavior and digital communication: Language Structures and Social Interaction**. Hershey, PA: IGI Global, 2010. p. 627-641.

CHANEY, David. **Lifestyles**. London: Routledge, 1996.

COHEN, Marina. Site mostra o estilo dos moradores da Zona Norte. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 07 maio 2014. Segundo Caderno. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/site-mostra-estilo-dos-moradores-da-zona-norte-1-12408497>> Acesso em: 4 out. 2017.

COLERIDGE, Samuel Taylor. **Biographia Literaria**. Project Gutenberg, 2004. E-book. Disponível em: <<http://www.gutenberg.org/files/6081/6081-h/6081-h.htm>> Acesso em: 18 nov. 2016.

COSTA, Bruno. Paixão e nostalgia pelo real. In: XIX Encontro da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** [recurso eletrônico], Rio de Janeiro: Compós, 2010. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1484.pdf> Acesso em: 10 ago. 2016.

COVALESKI, Rogério. **Cinema e publicidade: intertextos e hibridismos**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2015.

_____. O processo de hibridização da narrativa publicitária. **Revista Comunicación**, Sevilha, v. 1, n. 10, p. 52-62, 2012. Disponível em: <http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/005.O_proceso_de_hibridizacio_da_narrativa_publicitaria.pdf> Acesso em: 9 dez. 2015.

DAL BELLO, Cíntia. **Cibercultura e subjetividade: Uma investigação sobre a identidade em plataformas virtuais de hiperespetacularização do eu**. 2009. Dissertação

(Mestrado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

DALE, Joana. Conheça as meninas que estão ditando moda nas comunidades e fora delas: As 'it-girls' das periferias agitam as redes sociais e lançam tendências. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 4 jan. 2015a. Revista O Globo. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/conheca-as-meninas-que-estao-ditando-moda-nas-comunidades-fora-delas-14949405>> Acesso em: 28 abr. 2017

_____. Tendência no mundo fashion, meninas viram 'embaixadoras' de marcas em troca de regalias. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 27 maio 2015b. Seção ELA. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/ela/moda/tendencia-no-mundo-fashion-meninas-viram-embaixadoras-de-marcas-em-troca-de-regalias-16948464>> Acesso em: 30 mar. 2017.

DAMATTA, Roberto. A dualidade do conceito de cultura. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 19 maio 1999. Caderno 2, p. 7.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 215-235.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007 [1895].

ENNE, Ana. Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 20, p. 13-35, nov. 2010. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/203/201>> Acesso em: 6 jul. 2016.

EVANS, Leighton. Authenticity Online: using webnography to address phenomenological concerns. In: MOUSOUTZANIS, Aris; RIHA, Daniel (Ed.). **New Media and the Politics of Online Communities**. Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2010. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30849116/c_y_b_e_r_5_e_v_e_r_1_1_9_0_8_2_0_1_0_.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1514495549&Signature=OVUGzIjgKkb6PkUO4DyQSHI96E%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DNew_Media_and_the_Politics_of_Online_Comm.pdf> Acesso em: 27 out. 2014.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

_____. **Cultura e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

_____. The heroic life and everyday life. **Theory, Culture & Society**, Londres, v. 9, n. 1, p. 159-182, 1992.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio: o dicionário da língua portuguesa**. Curitiba: Positivo, 2010

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. Movimentos migratórios e cidadania: a onipresença das fronteiras. **Novos olhares: revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 26-35, 2014. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/90198>> Acesso em: 28 dez. 2017.

_____. **Narrativas migrantes**: literatura, roteiro e cinema. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: 7Letras, 2010.

FRAGOSO, Suely. Imersão em games: da suspensão de descrença à encenação de crença. In: XXII Encontro da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2013, Salvador. **Anais...** [recurso eletrônico], Salvador: Compós, 2013. Disponível em: <http://compos.org.br/data/biblioteca_1976.pdf> Acesso em: 18 nov. 2016.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FRANÇA, Vera. Celebridade: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, Vera; FILHO, João Freire; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula. **Celebridades no século XXI**: transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 15-36

FREIRE FILHO, João. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. **ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 72-97, jan./jul. 2003. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1144/1085> Acesso em: 5 jul. 2016.

_____. “Seja diferente. Seja você”: Romantismo, Pós-Feminismo e Consumismo nas Páginas da Revista Capricho. **Logos Comunicação & Universidade**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 22, p. 166-185, 2005. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/15309/11595>> Acesso em: 3 nov. 2017.

FUGGETTA, Rob. **Brand Advocates**: Turning Enthusiastic Customers into a Powerful Marketing Force. Hoboken, New Jersey: John, Wiley & Sons, 2012.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

_____. Centros, reis e carisma: reflexões sobre o simbolismo do poder. In: _____. **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. Cap. 6

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2002.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Estigma**: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOLDENBERG, Miriam. Gênero, “o Corpo” e “Imitação Prestigiosa” na Cultura Brasileira. **Saúde Soc.**, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 543-553, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v20n3/02.pdf>> Acesso em: 20 dez. 2017.

GOMES, Thomaz. Como ser um influenciador de sucesso nas redes sociais. **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, Editora Globo, São Paulo, 13 set. 2016. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2016/09/como-fazer-sucesso-como-influenciador-nas-redes-sociais.html>> Acesso em: 31 mai. 2017.

HAENFLER, Ross. **Subcultures**: the basics. New York: Rutledge, 2014.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014 [1992].

_____. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016 [1997].

HELLÍN, Pedro; TRINDADE, Eneus (com Livia Souza e Rosane Mauro). Publicidade e marcas: mediatização e transmídia em exemplos espanhóis e brasileiros. In: ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaiane Moreira de; AZEVEDO, Sandro Tôres. **Ciberpublicidade: Discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática**. Rio de Janeiro: E-papers, 2014. p. 49-68

HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (Org.). **Mídia, Memória e Celebidades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade**. 2. ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

HINERASKY, Daniela Aline. O Instagram como plataforma de negócio de moda: dos “it-bloggers” às “it-marcas”. In: COMUNICON - Congresso internacional comunicação e consumo, 2014, São Paulo. **Anais...** [recurso eletrônico], São Paulo: PPGCOM-ESPM, 2014. Disponível em: <http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gt_seis/GT06_HINERASKY.pdf> Acesso em: 20 dez. 2017.

HYMES, Dell. Breakthrough into Performance. In: _____. **“In vain I tried to tell You.”** Essays in Native American Ethnopoetics. USA: Nebraska University, 2004. p. 79-141.

ISHIDA, Gabriel. Influenciadores. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Org.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016. p. 261-278.

JAGUARIBE, Beatriz. Ficções do real: notas sobre as estéticas do realismo e pedagogias do olhar na América Latina. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 23, p. 6-14, 2010. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/viewFile/148/43>> Acesso em: 07 jun. 2011.

_____. Modernidade cultural e estéticas do realismo. **ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 222-243, jan./jul. 2006. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1070/1010> Acesso em: 07 jun. 2011.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder Silveira; SOARES, Thiago. Mentiras sinceras me interessam. In: XXIII Encontro da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2014, Belém. **Anais...** [recurso eletrônico], Belém: Compós, 2014. Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT04_COMUNICACAO_E_EXPERIENCIA_ESTETICA/sinceridade-jeder-thiago-compos_2165.pdf> Acesso em: 11 nov. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JULIO, Karina Balan. Rider completa 30 anos com projeto colaborativo. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 28 jul. 2016. Seção Marketing. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/07/28/nostalgia-estrategica.html>> Acesso em: 13 abr. 2017.

LEUZINGER, Bruno. Nem makers, nem empreendedores – e um pouco dos dois: Rider e NOIX estão atrás dos fazedores. **Draft**, São Paulo, cidade 2 dez. 2016. Disponível em: <<https://projetodraft.com/nem-makers-nem-empresendedores-e-um-pouco-dos-dois-rider-e-noix-estao-atras-dos-fazedores/>> Acesso em: 27 nov. 2017.

LÉVY, P. **A Inteligência Coletiva**. Por uma Antropologia do Ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2007.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil**: identidade profissional e formação acadêmica. São Paulo: Paulus, 2013.

MARCONDES, Pyr. Opinião: Todo poder aos micro-influencers! **Proxima** (Grupo Meio & Mensagem), São Paulo, 5 set. 2016. Disponível em: <<http://www.proxima.com.br/home/proxima/blog-do-pyr/2016/09/05/opinio-todo-poder-aos-micro-influencers.html>> Acesso em: 17 abr. 2017.

MARSHALL, P. David. **Celebrity and power**: fame in contemporary culture. London: University of Minnesota Press, 1997.

MARWICK, Alice. **Status Update**: Celebrity, Publicity and Self-Branding in Web 2.0. 2010. (Ph.D. dissertation) New York University, New York, 2010.

MARWICK, Alice; BOYD, danah. To see and to be seen: celebrity practice on twitter. **Convergence**: The International Journal of Research into New Media Technologies, Cambridge, p. 139–158, 2011.

MATUCK, Artur; MEUCCI, Artur. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 157-182, jul. 2005. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/41>> Acesso em: 30 jun. 2016.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva**: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. São Paulo: Cosac Naify, 2013 [1924-1925].

_____. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2015 [1950].

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MENDONÇA, Carlos; SALGADO, Tiago. Felipe neto em performance no youtube: uma responsabilidade mútua entre performer e audiências. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, v. 7, n. 3, p. 31-50, set./dez. 2012. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewArticle/260>> Acesso em: 10 out. 2016.

MESSINA, Bruna. O Rio, a moda, a Zona Norte Etc. **Coletivo SerHurbano**, Rio de Janeiro, 9 jun. 2015. Disponível em: <<http://serhurbano.com.br/o-rio-a-moda-a-zona-norte-etc>> Acesso em: 4 out. 2017.

MILLER, Daniel. **Tales from Facebook**. Cambridge: Polity Press, 2011. E-book.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e off-line: cibercafês em Trinidad. **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 41-65, jan./jun. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100003> Acesso em: 28 nov. 2016.

MOCELLIM, Alan. Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut. **Em Tese**, Santa Catarina, v. 3, n. 2, p. 100-121, jan./jul. 2007. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13477>> Acesso em: 25 jul. 2016.

MONTARDO, Sandra Portella; ARAÚJO, Willian. Performance e práticas de consumo online: ciberativismo em sites de redes sociais. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 472-494, maio/ago. 2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/13078>> Acesso em: 29 jun. 2016.

MONTARDO, Sandra Portella; SILVA, Thaís Della Tôrres. Contém *spoiler*: performance e consumo no site de rede social temático Filmow. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 30, p. 117-132, jan./jun. 2015. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=537&sid=42>> Acesso em: 28 nov. 2016.

MORAES, Maria Cristina Bravo de. **As It-girls e o “quê” a mais do luxo**: cultura, juventude e mediação. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

MOREIRA, Fabiano. Blog ‘Zona Norte ETC’ se firma como resposta aos sites de moda da Zona Sul Surgido em oposição ao estereótipos associados ao suburbano, publicação completa um ano como referência na região. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 24 jul. 2015. Segundo Caderno. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/blog-zona-norte-etc-se-firma-como-resposta-aos-sites-de-moda-da-zona-sul-16927211>> Acesso em: 4 out 2017.

MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011.

_____. Sobre a subjetividade social. In: SÁ, Celso Pereira (Org.). **Memória, imaginário e representações sociais**. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005. p. 11-62.

MOTTA, Aydano André. Suburbano, Sim! O hype é conhecer a cidade de Madureira a Campo Grande. **Armazém Revista**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 4, fev./mar. 2017.

NAKAGAWA, Regiane Miranda. A retórica dos meios, a publicidade e o consumo. In: TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde (Org.). **Deve haver mais pesquisa na publicidade porque é assim que se conquista a real beleza**. São Paulo: Schoba, 2013. E-book. p. 567-577.

NASCIMENTO, Liliane da Costa. Exposição e performance nos sites de rede social. In: IV Simpósio Nacional da ABCiber, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ABCiber, 2010.

NEY, Thiago. Revistas trocam famosos por “vida real”. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 set. 2006. Folha ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2409200621.htm>> Acesso em: 25 out. 2016.

OCTAVIANO, Carolina. Os quinze minutos de fama e a espetacularização do cotidiano. **ComCiência**, Campinas, n. 121, set. 2010. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=59&id=751&print=true>> Acesso em: 10 ago. 2016.

PAIS, José Machado. Cotidiano e Reflexividade. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 28, n. 98, p. 23-46, jan./abr. 2007.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. Cultura do corpo em contextos de alta visibilidade. In: HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, Memória & Celebidades**. 2. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2005. p. 63-71.

PEREIRA, Cláudia. Pensando as representações sociais na publicidade: notas teóricas para uma prática de pesquisa. In: TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde (Org.). **O**

sistema publicitário e a semiose ilimitada. São Paulo: INMOD / ABP2 / PPGCOM-ECA-USP, 2014. E-book. p. 195-207.

PEREIRA, Cláudia; BARROS, Carla. Cariocas não gostam de dias nublados. In: ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia (Org.) **Cultura e imaginação publicitária.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2013. p. 97-112.

PEREIRA, Heloisa Prates; BERNAR, Lígia Isis Pinto. A superexposição de si como tendência no ciberespaço. **EntreMeios**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 8, nov. 2011.

PEREIRA, Vinícius Andrade; HECKSHER, Andrea Dantas. Economia da Atenção e Mensagens Publicitárias na Cultura Digital Trash. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008, Natal. **Anais...** [recurso eletrônico] São Paulo: Intercom, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1128-1.pdf>> Acesso em: 19 set. 2011.

PIMENTEL, César Pessoa. et al. Da sinceridade à autenticidade: uma investigação sobre o individualismo contemporâneo. **Clínica & Cultura**, Aracajú, v. 2, n. 1, p. 70-81, jan./jun. 2013. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/clinicaecultura/article/view/1024/1411>>. Acesso em: 17 out. 2017.

POLITI, Cássio. Marketing de influência: o que é e por que as marcas apostam nessa tendência. **Comunique-se**, Rio de Janeiro, 30 jan. 2017. Disponível em <<http://blog.comunique-se.com.br/o-que-e-marketing-de-influencia/>> Acesso em: 12 jun. 2017.

POLIVANOV, Beatriz. **Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais:** estudo com participantes de música eletrônica no Facebook. Rio de Janeiro: Multifoco, 2014.

_____. Etnografia Virtual, Netnografia ou Apenas Etnografia? Implicações dos Termos em Pesquisas Qualitativas na Internet. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, **Anais...** [recurso eletrônico] São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0346-1.pdf>> Acesso em: 23 jan. 2015.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992. Disponível em: <<http://www.pgdef.ufpr.br/memoria%20e%20identidadesocial%20A%20capraro%202.pdf>> Acesso em: 28 nov. 2016.

PRIMO, Alex. A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** [recurso eletrônico] São Paulo: Intercom, 2009a. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/fama.pdf>> Acesso em: 28 jul. 2017.

_____. De narcisismo, celebridades, celetoídes e subcelebridades: o caso Tessália e sua personagem Twittess. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 7, n. 20, p. 159-189, nov. 2010. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/280/255>> Acesso em: 3 ago. 2017.

_____. Quão real é @realwbonner? **Alex Primo**, 27 out. 2009b. Disponível em: <http://alexprimo.com/2009/10/27/quao_real_e_realwbonner/> Acesso em: 10 ago. 2016.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

RAMOS, Jair de Souza. Dilemas da masculinidade em comunidades de leitores da revista Men's Health. **Sexualidad, Salud y Sociedad**: Revista Latinoamericana, Rio de Janeiro, n.7, p. 9-43, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/SexualidadSaludySociedad/article/view/1053/1070>> Acesso em: 10 mar. 2015

_____. Subjetivação e poder no ciberespaço: da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais. **Vivência**: Revista de Antropologia, Natal, v. 1, n. 45, p. 57-76, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8251>> Acesso em: 28 nov. 2016.

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

RIBEIRO, Ana. Quem são essas garotas?. **Revista Harper's Bazaar Brasil**, São Paulo, n. 64, maio 2017.

RIBEIRO, Igor. Os mais influentes entre jovens do Brasil. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 11 jan. 2016. Seção Mídia. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/01/11/os-mais-influentes-entre-jovens-do-brasil.html>> Acesso em: 26 jan. 2016.

ROCHA, Everardo. Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo. In: ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda. (Org.) **Comunicação, consumo e espaço urbano**: novas sensibilidades nas culturas jovens. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Mauad Ed., 2006a. p. 15-34.

_____. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.

_____. **Representações do Consumo**: estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: Mauad, 2006b.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. De guaraná, namoro e gente moça: interpretação antropológica e narrativa publicitária. In: ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia (Org.) **Cultura e imaginação publicitária**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2013. p. 13-39.

_____. **Juventude e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SÁ, Simone Pereira de, POLIVANOV, Beatriz. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. **Contemporanea**: revista de comunicação e cultura, Salvador, v. 10, n. 3, p. 574-596, set./dez. 2012. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/6433/4670>> Acesso em: 28 out. 2017.

SAHLINS, Marshall. La pensée bourgeoise – a sociedade ocidental enquanto cultura. In: _____. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1979.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SANTA HELENA, Raul; PINHEIRO, Antonio. **Muito além do Merchan!**. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

SANTOS, Elizete; VELOSO, Letícia. Consumo e sociabilidade na construção do imaginário carioca. In: BARBOSA, Livia; PORTILHO, Fátima; VELOSO, Letícia. (Org.). **Consumo: cosmologias e sociabilidades**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SCHAU, Hope Jensen; GILLY, Mary. We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space. **Journal of Consumer Research**, Oxford, v. 30, n. 3, p. 385-404, dez. 2003. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/pdf/10.1086/378616.pdf>> Acesso em: 22 jan. 2016.

SCHECHNER, Richard. **Performance Studies: an introduction**. 3 ed. Londres e Nova York: Routledge, 2013.

SCHWARCZ, Lilia. Complexo de Zé Carioca: notas sobre uma identidade mestiça e malandra. In: 18º Encontro anual da ANPOCS, 1994, Caxambu. **Anais...** [recurso eletrônico], São Paulo: ANPOCS, 1994. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_03.htm> Acesso em: 11 maio 2017.

SENF, Theresa M. **Camgirls: celebrity and community in the age of social networks**. New York: Peter Lang, 2008.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, São Paulo, n. 20, p. 60-70, maio/ago. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05>> Acesso em: 3 dez. 2014.

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

SILVA, Jailson de Souza; BARBOSA, Jorge Luiz; FAUSTINI, Marcus Vinícius. **O novo carioca**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2012. E-book.

SILVA, Sergio Damasceno. Os mais influentes da internet e da TV. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 30 set. 2016. Seção Mídia. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/09/30/as-personalidades-mais-influentes-da-internet-e-da-tv.html>> Acesso em: 06 out. 2016.

SIMMEL, Georg. Fashion. **The American Journal of Sociology**, Chicago, v. 62, n. 6, p. 541-558, maio 1957. Disponível em: <<http://sites.middlebury.edu/individualandthesociety/files/2010/09/Simmel.fashion.pdf>> Acesso em: 28 nov. 2016.

SOARES, Luiz Eduardo et al. **Cabeça de porco**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

SOARES, Luiz Eduardo. Prefácio. In: COELHO, Maria Claudia. **A experiência da fama: individualismo e comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

SOARES, Thiago; MANGABEIRA, Alan. Alice através...: televisão, redes sociais e performances num produto televisivo expandido. **Contemporânea: revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 10, n. 2, maio/ago. 2012. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/6130/4390>> Acesso em: 1 nov. 2017

SUPERSTAR Rio - Adidas Originals lança tênis em homenagem à Cidade Maravilhosa. **Adidas News Stream**, Rio de Janeiro, 29 jul. 2016. Disponível em <<http://news.adidas.com/br/Latest-News/superstar-rio---adidas-originals-lan-a-t-nis-em>>

homenagem---cidade-maravilhosa/s/cb7ad953-6930-4120-9a9c-312b04b9af57> Acesso em 7 out. 2017.

TAYLOR, Charles. **A ética da autenticidade**. São Paulo: É realizações, 2011.

_____. A política do reconhecimento. In: _____. **Argumentos filosóficos**. São Paulo: Edições Loyola, 2000. p. 241-274.

_____. **As fontes do self**: a construção da identidade moderna. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

TORRES, Eduardo Cintra. Economia e carisma da indústria cultural da celebridade. In: FRANÇA, Vera; FILHO, João Freire; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula. **Celebridades no século XXI**: transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 71-95.

TRILLING, Lionel. **Sinceridade e autenticidade**: a vida em sociedade e a afirmação do eu. São Paulo: É Realizações Editora, 2014 [1972].

TURNER, Graeme. **Understanding celebrity**. 2. ed. Londres: SAGE Publications, 2014.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Pioneira, 1965 [1899].

VELHO, Gilberto. Metrópole, cosmopolitismo e mediação. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 16, n. 33, p. 15-23, jan./jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832010000100002> Acesso em: 16 mar. 2017.

VENTURA, Zuenir. **Cidade Partida**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994

VIANA, RODOLFO. Após vender 300 mil livros, fenômeno Kéfera planeja outras duas obras. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 4 dez. 2015. Folha ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/12/1714915-apos-vender-mais-de-300-mil-livros-phenomeno-kefera-planeja-mais-2-obras.shtml>> Acesso em: 10 out. 2016.

WEBER, Max. **Ensaio de Sociologia**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 7-72

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Após YOUTUBE, “Time” elege “você” como personalidade do ano. **G1**, Rio de Janeiro, 18 dez. 2006. Tecnologia. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1391119-6174,00.html>> Acesso em: 10/08/2016.

ZANELATO, Débora. Entrevista com um estranho. **Vida Simples**, Editora Caras, São Paulo, 25 maio 2015. Disponível em: <<http://vidasimples.uol.com.br/noticias/compartilhe/entrevista-com-um-estranho.phtml#.WIEJ9baZOdl>> Acesso em: 16 ago. 2016.