





El artista como espectáculo: autenticidad y *performance* en la sociedad mediática

Paula Sibilía

El mundo es un gran teatro...
William Shakespeare

Quizás el mundo sea un escenario, pero el elenco es un horror.
Oscar Wilde

RESUMEN

Este artículo intenta una definición de *performance* para examinar algunos aspectos de ciertas prácticas artísticas y mediáticas desarrolladas en las últimas décadas. Al evocar su trayectoria desde los años setenta hasta la actualidad, se pretende detectar y analizar sus particularidades más recientes. Con la intensificación de algunas características de la "sociedad del espectáculo" a principios del siglo XXI, reforzadas tanto por la creciente influencia de los medios de comunicación audiovisuales e interactivos como por la intrusión del mercado en ámbitos que antes le estaban vedados, se generan cambios importantes en las subjetividades y sociabilidades. Esos nuevos modos de vida estimulan la construcción de sí mismo bajo las miradas ajenas, y promueven una generalización de los gestos *performáticos* en la tentativa de "hacerse visible" para poder "ser alguien". Cabe indagar, por tanto, la especificidad y el valor de tales manifestaciones en términos artísticos, así como su legitimidad o validez política.

Palabras clave: *performance*, artes contemporáneas, subjetividad, medios de comunicación, visibilidad.

ABSTRACT

This article attempts to adjust the definition of performance in order to examine certain aspects of media and artistic practices developed in recent decades. Evoking his itinerary from the 1970s to the present, we wish to detect and analyze its most recent characteristics. With the intensification of some aspects of "the society of the spectacle" at the beginning of the 21st century, reinforced by the growing influence of audiovisual and interactive media, as well as by the market intrusion in areas which previously were closed to it, significant changes are affecting subjectivity and sociability. These new lifestyles stimulate the construction of oneself under the gaze of others, promoting a generalization of performative gestures in an attempt to "make yourself visible" in order to "be somebody". It should be inquired, therefore, the specificity and the value of these practices in artistic terms, as well as its legitimacy or political validity.

Keywords: performance, contemporary arts, subjectivity, mass media, visibility.

Paula Sibilía:
Departamento de Estudos
Culturais e Mídia,
Programa de Pós-
Graduação em
Comunicação (UFF-
PGCOM), Universidade
Federal Fluminense, Brasil.
sibilía@ig.com.br

Recepción: marzo de 2013.
Aceptación: mayo de 2013.

Foto: Carl Court, AFP. Mayo 2013,
Londres.

¿Qué es una *performance*? Aunque se ha popularizado considerablemente en los últimos tiempos, ese término sigue resultando escurridizo, repleto de ambigüedades y dobleces. En el campo de las artes, al menos, sabemos que se trata de un movimiento surgido en los años setenta, que dio a luz un nuevo género artístico bautizado con ese vocablo. Pues bien, ¿en qué consiste exactamente? Aún en ese terreno más restringido, la definición está lejos de ser simple. En buena medida, porque fue inventada para abarcar todas aquellas manifestaciones híbridas que entonces surgían y no lograban ser acogidas dentro de los márgenes de los cánones establecidos. En la *performance* se conjugan danza y teatro, poesía y música, artes visuales, *happenings* y experimentos con las nuevas tecnologías o con la fotografía y el video.

Entre las posibilidades casi infinitas que engloba esa denominación, cabe evocar algunas de las más usuales: una actuación inesperada que interrumpe el flujo habitual del espacio público, por ejemplo, o un breve *sketch* presentado en un café o una discoteca, un espectáculo audiovisual montado o proyectado en una galería de arte, o incluso (re)producido digitalmente en las pantallas de internet. Como una tentativa de cercar el concepto sin dejar de abarcar esa multiplicidad, se puede afirmar que una *performance* en el sentido artístico es un acto cualquiera –o, al menos, una enorme variedad de actos posibles– pero que, para poder ser categorizado como tal, debe ser efectuado por uno o varios artistas *performáticos*. De modo que tendríamos, aquí, un primer ensayo de definición: se trata de una acción practicada por alguien que considera estar realizando una *performance*, y cuyo público así lo vivencia.

En los últimos tiempos, sin embargo, el conspicuo vocablo ha transbordado ampliamente los límites de la esfera artística. A pesar del persistente extranjerismo de su sonoridad en territorios iberoamericanos, también aquí se ha convertido en una palabra comodín que suele operar como una señal de época: un término capaz de impregnar todos los ámbitos con la rica ubi-

cuidad de su polisemia. Así, hoy, cuando se habla de *performance*, se puede estar haciendo referencia al desempeño profesional de una determinada persona, por ejemplo, aludiendo a la pericia capaz de rendirle una buena actuación en áreas como los negocios, los deportes o hasta en la *espectacularización* de la vida cotidiana. De hecho, es en ese último y curioso campo donde ocurren algunas de las *performances* que despiertan más interés en el mundo contemporáneo.

Por todo eso, no suena fortuito que varios estudiosos del presente clima cultural se refieran a nuestra época como “la era de la *performance*”, por tratarse de un momento histórico que registra presiones inéditas sobre los cuerpos y las subjetividades, empujándolos a mejorar constantemente su desempeño en los dominios más diversos. En ese sentido, la *performance* constituiría “una nueva ideología”, típica de nuestra época, según reza el título de un libro editado por el especialista en marketing Benoît Heilbrunn (2004). La competitividad regida por el mercado –una de las principales premisas que movilizan al mundo contemporáneo– parece inspirarse en los valores del atletismo al estimular la superación de los propios límites, y la búsqueda de perfeccionamiento que no reconoce barreras para vencer a los demás, ya sea en el ambiente empresarial o en cualquier otra instancia hoy apreciada bajo el signo del éxito.

En última instancia, esas fuerzas socioculturales, políticas y económicas que se descargan cotidianamente sobre los sujetos contemporáneos y los entrenan en el “culto a la *performance*”, como lo denomina el sociólogo francés Alain Ehrenberg (1991), apuntan a consumir en ellos una exigencia primordial en lo que actualmente se considera una buena *performance* existencial: *ser feliz*. Pero no se trata tan solo de alcanzar ese estado de ánimo; es necesario, también y quizás sobre todo, que esa felicidad sea visible y que los demás la puedan verificar con el poder legitimador de su mirada. Parece estar creciendo, en la peculiar atmósfera cultural de la sociedad contemporánea, esa suerte de exigencia en la producción de

un gozo *performático* e inagotable como un horizonte de realización universal. Según lo constata el investigador brasileño Edvaldo Souza Couto (2009, p. 52) en su ensayo sobre el creciente uso de productos farmacéuticos a que se recurre para acompañar los veloces ritmos de la actualidad: “de nada sirve preservar químicamente la felicidad si esa sensación no es *espectacularizada*, vista y, sobre todo, admirada —a veces fuertemente envidiada— por los demás”.

Performar es “exhibirse al máximo”

Pienso en la vida como una obra de teatro maravillosa que yo misma escribí para mí, y quiero divertirme mucho desempeñando mi papel.
Shirley MacLaine

Dejando fluir las resonancias de las páginas anteriores, conviene retornar, ahora, al campo artístico, con el fin de analizar ciertas definiciones que circulan en esos ámbitos. Uno de los analistas más importantes de ese género es Richard Schechner, profesor de artes dramáticas de la Universidad de Nueva York y autor de algunos libros que contribuyeron fuertemente a fundar esa área de estudios, como *Performance theory*, publicado originalmente en 1977, y *Performance studies*, en 2002, ambos traducidos a varios idiomas y ampliamente citados cuando se trata de profundizar este tipo de indagaciones. “En la vida cotidiana, *performar* es exhibirse al máximo, subrayando una acción para aquellos que miran”, afirma el especialista en un artículo titulado, precisamente, “¿Qué es *performance*?”, cuya versión inaugural fue publicada en el primero de los libros recién mencionados y, desde entonces, ha sido actualizada en diversas ocasiones. Así continúa el texto: “en el siglo XXI, la gente ha vivido, como nunca antes, a través de la *performance*” (Schechner, 2003, p. 25).

El autor se refiere al hecho de que ese “exhibicionismo”, en los tiempos que corren, ha dejado de ser una extravagancia de unos pocos o un episodio aislado en el que algunos podrían incurrir de vez en cuando, para

convertirse en una estrategia habitual en la vida de cualquiera. Cabe señalar que ese tipo de actitud supo ser considerado de mal gusto en otras épocas, incluso no tan lejanas como podría suponerse: tiempos regidos por la discreción de la moral burguesa decimonónica, por ejemplo, que veían en tales arrebatos una vergonzosa falta de decoro. En 1900, cuando el político y escritor brasileño Joaquim Nabuco publicó su libro de memorias titulado *Mi formación*, según los moldes del clásico relato autobiográfico ejemplar, los pudores de aquella época impidieron una buena recepción de la obra: aunque el autor hubiera evitado los personalismos confesionales que hoy abundan, entonces no era atinado escribir “todo un libro acerca de sí mismo” (Jaguaribe, 1994, p. 25). Semejante gesto se consideraba vulgar: en la alta sociedad brasileña del siglo XIX e inicios del XX, esa “construcción de una imagen del yo triunfante” podía denotar una falta de decoro flagrante. Claro que eso no ocurría solamente en la retraída América Latina. Cuando el novelista Marcel Proust (2013, p. 13) alude a su tía abuela en un ensayo de 1905, por ejemplo, cuenta que “ella rechazaba con horror que se colocaran condimentos en platos que no los exigían, que se tocara el piano con afectación y abuso de pedales, que al recibir invitados se abandonara la perfecta naturalidad y que se hablase de uno mismo con exageración”.

Ahora, por supuesto, todos esos pruritos suenan anticuados, de modo que la autopromoción ha perdido buena parte de sus connotaciones negativas para convertirse en un gesto cada vez más común y sin carga peyorativa. De hecho, en una época dominada por la cultura mediática, cualquier vida no sólo genera una cantidad creciente de imágenes y relatos inspirados en dichos moldes, sino que además esa “vida común” tiende a realizarse en las imágenes: gana consistencia al producirse con ayuda de los códigos mediáticos y al plasmarse en las pantallas que se multiplican por doquier. Con una historia que apenas supera su primera década de vida, tanto las redes sociales de internet como los *reality shows* de la televisión constituyen géneros paradigmáticos en ese sentido: más que un

formato mediático, como afirma el especialista André Brasil (2011, p. 2), esas instancias de autoexposición “componen actualmente una *lógica* (y una *logística*), basada en la indeterminación entre vida real (el ámbito de lo ordinario) y ficción (la teledramaturgia)”.

Ese desborde y esa indistinción no dejan de expandirse. En muchas manifestaciones mediáticas y artísticas recientes, no se trata únicamente de *representación* sino también de *performance*, como agrega Brasil (2011, p. 2): se crea una situación en la cual “no sólo se figuran, sino que se efectúan procesos de subjetivación”. Es lo que ocurre en películas como *Tarnation* o *33*, por ejemplo, cuya materia prima se constituye de registros que hace poco tiempo habrían sido considerados “privados” del propio cineasta; hasta *Pacific* o *La vida en un día*, enteramente realizados a partir de filmaciones caseras de gente otrora anónima; pasando por experiencias como las que proponen los sitios de internet *Meureality.com* o *The Interview Project*, e iniciativas artísticas como *Public Isolation Project*, *One Day in The Life Of...* o *The Nu Project*, para mencionar solo algunos casos casi al azar. De modo que, más allá de su dimensión representacional, hay una dimensión *performativa* que hoy se destaca en ese tipo de producciones. Con ese ambiguo “realismo” que también prolifera, se convoca a la vida común y se la hace *performar* en escena.

Así, en muchas creaciones mediáticas y artísticas contemporáneas, se invita a la “vida real” a participar, interactuar, juzgar, colaborar y, sobre todo, se la tienta insistentemente a que se produzca para las pantallas y que se muestre en ellas. Por otro lado, la propia vida cotidiana se contagia de ese *modus operandi* y se *espectaculariza* de modo creciente. En palabras de Schechner (2003, p. 49): “más y más gente experimenta su vida como secuencias de *performances* conectadas”. La familiaridad contemporánea con los medios de comunicación, sobre todo los audiovisuales e interactivos, ayuda a intensificar ese fenómeno: esa impresión de que “la *performance* está en todas partes”, según el autor estadounidense, “se ve enfatizada por el ambiente cada vez más mediatizado en que vivimos”

(Schechner, 2003, p. 49). A continuación, Schechner (2003, p. 49) ilustra ese uso de técnicas teatrales y comportamientos coreografiados en la cotidianidad de cualquiera: “vestirse para una fiesta, ser entrevistado para un empleo, jugar con papeles masculinos y femeninos y con la propia orientación sexual, vivir papeles de la vida personal como los de madre e hijo, o de la vida profesional como los de médico o profesor”.

Esa teatralización coreográfica no solo se está generalizando, sino que se ha legitimado en el plano moral, sin que eso afecte las nociones vigentes de “decoro” ni la apuesta en el valor de la “autenticidad”, como podría haber ocurrido en otros momentos históricos. Se admite, entonces, que vivir se asemeja a actuar y que “ser alguien” equivale a interpretar el papel de un personaje, ahora que la vida tiende a parecerse cada vez más a una serie de videoclips. Ese es el argumento central de otro autor estadounidense, Neal Gabler (1999), en su libro titulado *Vida, la película: Cómo el entretenimiento conquistó la realidad*. Se puede conjeturar, por tanto, que todo eso está sucediendo en esta época porque solemos orientar nuestros dramas existenciales hacia “aquellos que miran”, en palabras de Schechner.

Si hoy vivimos como si estuviéramos, todo el tiempo, haciendo *performances* destinadas a la mirada de algún tipo de público, quizás eso se pueda explicar recurriendo a una de las definiciones de ese término ensayadas por el mismo Schechner, según la cual se trataría de “comportamientos enmarcados o acentuados”. Pareciera que los modos de vida contemporáneos nos llevan a calcular, estudiar, ensayar y “enmarcar” nuestros propios gestos cotidianos, como si se tratara de encuadrarlos para proyectarlos en alguna pantalla. Esto tiene una relación directa con la exigencia de crear para sí mismo una “felicidad visible”, estudiada por investigadores como Edvaldo Couto y João Freire Filho (2010), por ejemplo. Se estimula, así, un modo *performático* de ser y estar en el mundo, que resulta sintomático de un importante cambio en las subjetividades, ocurrido en la transición del siglo XX al XXI, y que denota la conformación de nuevas formas de relacionarse con uno mismo, con los demás y con el mundo.



Construirse a sí mismo como un espectáculo

Como heredero de la fotografía, el cine siempre
quiso ser más real que la vida.
Jean-Luc Godard

En los años cincuenta, el sociólogo estadounidense David Riesman vislumbró los primeros indicios de esa mutación en los “modos de ser” de los sujetos occidentales. En su libro *La muchedumbre solitaria* (1995), que presenta los resultados de un estudio empírico sobre los procesos de modernización en los Estados Unidos, el autor señaló la creciente relevancia del consumismo y de los medios de comunicación de masa —sobre todo, los audiovisuales— como vectores fundamentales en la articulación de tal movimiento. Junto con los demás procesos que integraron esa compleja metamorfosis, esos dos factores se destacan por haber afectado intensamente la sociabilidad y los modos de autoconstrucción, desembocando en una notable transformación de la subjetividad. Para decirlo de forma sumamente sintética, ese cambio consistió en un desplazamiento del eje alrededor del cual se edifica lo que uno es: desde “adentro” de sí mismo (*introducido* o *introrientado*) hacia “afuera” o hacia los otros (*alterdirigido* o *alterorientado*).

Además de las expresiones informadas entre paréntesis, el término usado por ese autor para nombrar al primer tipo de constitución subjetiva es *carácter*, aludiendo a una solidez interna en la cual se hospedaba el núcleo de cada uno, apuntalada por cierta creencia en la estabilidad del *yo* y en el valor de la palabra para constituir lo que se es. Esa esencia interiorizada era, por tanto, una entidad pesadamente intangible, en aquel entonces considerada mucho más valiosa y determinante que todo aquello que se ve y que constituiría, en cambio, las “vanas apariencias” (Sibilia, 2006). A su vez, la otra modalidad de autoestilización analizada por Riesman recibió el elocuente título de *personalidad*. Para describirla rápidamente, cabría destacar que, en vez de asentarse sobre la densa base de la propia interioridad, esa construcción subjetiva apuesta a erigirse a partir de los efectos provocados en los demás.

Los modos de vida y los valores privilegiados por el capitalismo en auge a mediados del siglo XX fueron cruciales en esa transición del *carácter* interiorizado hacia la *personalidad* siempre expuesta ante la mirada ajena. Con la gradual instauración de esas novedades, el desempeño visible y la imagen personal de cada uno se convirtieron en valores primordiales, y propiciaron el desarrollo de ciertas habilidades de autopromoción en los individuos. En varios sentidos, por tanto, todo este movimiento de complejas transformaciones puede contribuir a explicar la súbita popularización de la *performance* en las últimas décadas, así como el cambio de signo en lo que se refiere a su valorización moral.

El propio David Riesman (1995, p. 34) explica que “los norteamericanos siempre buscaron una opinión favorable y siempre tuvieron que buscarla en un mercado inestable, en el cual las cotizaciones del *yo* podrían variar, sin la restricción de precios de un sistema de castas o de una aristocracia”. Al finalizar el siglo XX, sin embargo, ya no se trata más de una supuesta exclusividad de aquel país: a pesar de esa tradición ya cimentada por ese trayecto nacional específico, durante la segunda mitad del siglo pasado esa tendencia se irradió a nivel global. Una vez desatada esa “redefinición del *yo*”, germinó un tipo de subjetividad que busca desesperadamente atraer miradas y aprobaciones, y que, justamente por eso, intenta tejer contactos y lazos íntimos con los demás. Al verse gradualmente desposeído de su viejo anclaje “interior”, el centro de gravedad en el cual se apoya este nuevo tipo de sujeto radica en la mirada ajena. Por eso, comparada con sus ancestros decimonónicos, la nueva generación “vive en una casa de vidrio, no se oculta detrás de cortinas de encaje o terciopelo”, como afirmaba Riesman (1995, p. 34) hace más de medio siglo.

Vive *performando*, podríamos parafrasear hoy en día, actualizando así el vocabulario que ese autor empleó —de modo visionario— en los años cincuenta. Porque, bajo el imperio de las subjetividades *alterdirigidas*, lo que se es debe ser *visto*, y se supone que cada uno es aquello que *muestra* de sí mismo. Así, a principios del siglo XXI, ese “tipo caracterológico social” que germi-

nó en las peculiares condiciones de la cultura estadounidense a mediados del siglo pasado, parece estar volviéndose hegemónico en escala planetaria. Un indicio de ese triunfo es el libro *Yo 2.0*, de Dan Schawbel (2011), conocido como “el gurú del marketing personal”. Este libro se transformó en un *bestseller* global gracias a la promesa enunciada, sin resquicios de los viejos pudores, en su misma tapa: “cómo aprovechar todo el potencial de los medios sociales para la promoción personal”.

La tentadora propuesta de Schawbel se basa en la idea de “marca personal”, un término acuñado en 1997 que revela “cómo vendemos nuestra imagen a los demás”. Algo no solo muy deseable, sino cada vez más posible, sobre todo gracias al auge de las redes sociales en internet, que ya permiten que “cualquier persona se convierta en una marca”, algo que hace poco solo era posible para algunas celebridades. En otras palabras, diríamos que en una atmósfera moral renovada como la que se vive actualmente en las sociedades aglutinadas por los mercados globales, dispositivos como las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube, al igual que la proliferación de cámaras y pantallas siempre disponibles para verse y mostrarse, están al servicio de esas nuevas ambiciones. Sirven para hacer visible la propia *performance* —y, en ese gesto, *performar* y proyectar un *yo* atractivo— para un público potencialmente infinito. Y, claro está, no hace falta ser artista para eso, ¿o sí?

Todo lo que se ha descrito en los párrafos precedentes irriga aquello que, en 1967, el cineasta y activista francés Guy Debord (1972) vislumbró como la configuración de un nuevo modo de vida en los países occidentales: “la sociedad del espectáculo”. Un mundo en el cual se han desvanecido las antiguas creencias en esencia ocultas —inclusive aquellas que solían conformar el núcleo de la subjetividad y eran, como tales, “invisibles a los ojos”—, de modo que las apariencias pasaron a constituir todo lo que existe porque tiene algún valor. Se trata, en síntesis, de un universo donde solo es lo que se ve y cómo se deja ver. En ese nuevo contexto, engendrado en la segunda mitad del siglo XX —y que

ahora, en los albores del XXI, parece cristalizarse plenamente en todas las esferas de nuestra cotidianidad—, solo puede haber garantías de que alguien existe si el sujeto en cuestión logra que su *performance* vital se haga visible. Para eso, cada uno debe luchar por sobresalir en un mercado de las apariencias cada vez más competitivo.

Performar la propia autenticidad

Yo soy profundamente superficial.
Andy Warhol

Lo que ocurre en la esfera artística, como se sabe desde hace ya un buen tiempo, no está aislado de los movimientos que sacuden al resto de la sociedad. Además de empaparse mutuamente, el arte suele contribuir a estimular o cimentar los cambios que afectan las subjetividades. Sin embargo, algunos elementos de las búsquedas artísticas que inauguraron las *performances* en los años setenta parecen contradecir todo ese ideario que fue emergiendo en la misma época hasta triunfar entre nosotros, rápidamente recorrido en las páginas precedentes. Además del marcado compromiso político contra las estructuras establecidas en un mundo regido por el capitalismo y la moral burguesa, que solían marcar aquellas prácticas, había en ellas también una fuerte reivindicación de la autenticidad individual de cada artista. Ambas características no resultaban contradictorias, al menos en aquel entonces, como reza el famoso lema “lo personal es político”, bastante distante de aquello que Richard Sennett (2002) denominó “las tiranías de la intimidad” y que hoy triunfan entre nosotros en su inesperada proyección pública.

Mientras la *performance* parece enfatizar el artificio y la puesta en escena, la autenticidad reivindica algo que sería exactamente opuesto. ¿Es posible que vivamos, actualmente, tanto en la “era de la *performance*” como en la “era de la autenticidad”? Con ese último rótulo define a nuestra época el filósofo canadiense Charles Taylor, por ejemplo, en su libro *Una era secular*. Ese autor se refiere “a la comprensión de la vida que emer-

ge con el expresionismo romántico de fines del siglo XVIII”, pero que recién se masificaría en la segunda mitad del siglo XX, con ayuda de los movimientos artísticos y socioculturales de los años sesenta y setenta, pasando así a integrar los valores más tácitamente compartidos en la actualidad. Ese tejido de creencias que sostiene a nuestra era, siempre según Taylor (2008, p. 557), supone que cada uno de nosotros “posee su propia manera de realizar nuestra humanidad, y que es importante encontrarse a uno mismo y vivir a partir de sí mismo, en contraposición a rendirnos al conformismo con un modelo impuesto”.

Llama la atención, sin embargo, que tal credo cristalice con tanta fuerza en estos albores del siglo XXI, ya que la creencia en la autenticidad del *yo* presupone una peculiar relación con la verdad, supuestamente superada tras los embates del “posmodernismo” que agitaron las últimas décadas del siglo pasado. De hecho, tal perspectiva apuesta a la existencia de una esencia interiorizada que constituye el núcleo de cada individuo: relativamente fijo y estable, hospedado en las profundidades de cada uno, que nos acompañaría y se sedimentaría a lo largo de toda la vida. Ser auténtico, por tanto, implica una fidelidad a ese centro identitario anclado en las profundidades de uno mismo. Tanto ese deseo como esa demanda de autotransparencia asumen que hay un *ser* y una *verdad* “dentro” de cada uno de nosotros. Algo que parece contradictorio con la implosión y la fragmentación de la identidad moderna y con ese desinflarse de la interioridad psicológica que marcan a las subjetividades contemporáneas, cada vez más volcadas hacia formas flexibles, múltiples, epidérmicas, fluidas y mutantes de ser y estar en el mundo: modos de vida *performáticos*.

¿Sería esta, entonces, otra paradoja de la compleja cultura globalizada del siglo XXI? Una época en la cual, según la psicoanalista brasileña Suely Rolnik (1997, p. 19), “muchas son las cartografías de fuerzas que piden nuevas maneras de vivir, numerosos los recursos para crearlas e incontables los mundos posibles”. Considerando las complejas mutaciones que vienen afectando a la producción de subjetividades en

las últimas décadas, una certeza reflota aquí: no es de extrañar que la *performance* como género artístico haya surgido en los años sesenta y setenta. Tampoco sorprende que eso haya ocurrido en el seno de la tradición espectacular de los Estados Unidos, en un momento de fuertes cuestionamientos surgidos con los movimientos de la contracultura, y que, treinta años después, se esté expandiendo por el planeta globalizado, con otras tonalidades y con tanto vigor.

Es innegable, sin embargo, que las impugnaciones políticas que signaron aquel momento hoy parecen exhaustas, desactivadas por una arrasadora desilusión y hasta por un acoplamiento de las resistencias a los dispositivos de poder más afinados de la actualidad, a pesar de las tentativas de resucitar ese espíritu que todavía se manifiestan en el campo artístico. Lo que parece haber triunfado es cierta sobrevivencia e incluso una exacerbación de la *performance*, lo cual no sorprende demasiado si el fenómeno se examina desde el punto de vista genealógico aquí presentado. En una cultura que insta a vivir bajo la lógica de la visibilidad y que inculca en los sujetos una búsqueda tan ansiosa por la *espectacularización* del *yo*, además del deseo de obtener celebridad a cualquier costo, ya no basta *ser* alguien o *hacer* algo. Además, todo el tiempo, hay que *performar*: mostrarse haciendo lo que sea y siendo alguien. Y, por supuesto, también es necesario ser *visto* en esa exhibición.

Lo curioso es que dicha exposición en raudo crecimiento y la supuesta transparencia que se anhela por todas partes hoy parecen coincidir —quizás paradójicamente, según otras perspectivas, pero sin que ese ruido llegue a incomodar a quienes viven inmersos en la nueva moralidad— con la definición de cierta “autenticidad” valorizada por igual, pero que no se asienta más en las profundidades de la propia interioridad, sino que se construye en el plano de lo visible. Tal vez porque la *performance* implica un cuerpo que se expone y, en ese gesto, se crea a sí mismo: esa subjetividad gana forma y existencia a medida que (y en la medida en que) se muestra y aparece, *performa* y *se performa*. Esa es la dimensión *performativa* que conlleva el mismo acto de

hacerse visible. Por eso, no se trata tanto de poner en escena una ficción o jugar a ser alguien que en realidad no se es ni tampoco de vestir una máscara mentirosa. En cambio, lo que ocurre en ese acto es la invención de un cuerpo y una subjetividad *reales*. Como afirma André Brasil (2011, p. 10), “el criterio valorativo de una *performance* no pasa más por la *verdad* —su adecuación al mundo de referencia o su ‘autenticidad’—, sino “por la efectividad de su operación, por su *productividad*, por su *eficacia*.”

El arte de mostrarse haciendo (y siendo)

Elegir la propia máscara es el primer gesto voluntario humano, y es solitario.
Clarice Lispector

En el lenguaje coloquial de los últimos tiempos, cuando se dice que alguien es *performático* significa que sus gestos y actos parecen haber sido entrenados para impresionar al espectador. Eso evoca las raíces epistemológicas de la palabra *hipócrita*, que no siempre exhaló connotaciones negativas: para los griegos, *hypókrisis* era el arte de desempeñar un papel teatral. Con el paso del tiempo triunfó el tono peyorativo que hoy tiñe al vocablo, privilegiando el sentido de falsedad de la interpretación escénica. Así, el hipócrita se convirtió en alguien que finge sentimientos distintos de los que realmente experimenta, con el objetivo de engañar o seducir a alguien. Algo no muy diferente de lo que hoy se considera *performático*, como una característica de la personalidad.

Sin embargo, cabe aquí una sospecha: en una época como esta, tan marcada por el deseo y las demandas de “ser auténtico”, con sueños de transparencia total en la definición de quién es cada uno, ¿por qué será que los actores gozan de tanto prestigio? Los representantes más exitosos de esa profesión se convierten en ídolos, adorados y emulados por buena parte de los sujetos contemporáneos. Pero se trata de grandes *hipócritas*: su oficio consiste en “fingir” ante las cámaras y proyectar su imagen “mentirosa” en innumerables pantallas, con una creciente dilución del límite entre los

momentos en que actúan ficciones y aquellos en que desempeñan el papel de sí mismos: o sea, cuanto más *performáticos* (y más disimuladamente lo son), mejor. ¿Cómo explicar esa idolatría a los hipócritas en la “era de la autenticidad”? Actualizando la genealogía presentada por Richard Sennett en el libro antes citado, si la era burguesa representó un tránsito del “régimen de la máscara”, característico de la aristocracia y la artificialidad cortesana, hacia cierta “era de la autenticidad” que se instaló tras la utopía democrática de fines del siglo XVIII, quizás estemos ingresando ahora a un nuevo y complejo régimen de la *performance*.

En este contexto, muchas acciones parecen coreografiadas para afectar a los demás, que ahora se han redefinido como “aquellos que miran”, según la expresión de Richard Schechner. El esfuerzo performático siempre tiene como blanco la mirada ajena: su meta consiste en conquistar a aquellos que observan y que, como tales, todavía encarnan el principal modelo receptor de los productos artísticos y mediáticos, así como de las subjetividades que necesitan ser vistas para existir. He ahí una posible explicación de la insistencia en la “interactividad” de los formatos más novedosos, particularmente, de la *performance*. Porque esta solo existe si alguien está mirando (o, mejor todavía, admirando y aplaudiendo), ya sea en tiempo real o diferido, como ocurre en los casos de las grabaciones o proyecciones, inclusive en la creciente cantidad de material de ese tipo que circula por internet. Si esos codiciados ojos que (me) miran jamás aparecieran, no habría *performance* alguna. Todo eso lleva a formular una conclusión inquietante, aunque obvia: solo se *performa* para la mirada ajena.

Ese ajuste en la definición es muy elocuente, aunque más no sea porque convierte al *performer* en un personaje: aquel que siempre tiene testigos, alguien que necesita ser observado porque su existencia está condicionada por esa mirada de los otros. Los personajes existen mientras son observados: solamente *son* alguien si otros *ven* su *performance*. Esa es, precisamente, una de las definiciones posibles para esa otra

entidad escurridiza, el personaje: no se trata de remarcar la ambigua distinción entre realidad y ficción, sino de encarnar una subjetividad que solo existe si está bajo observación (Sibilia, 2008, p. 265). A partir de esta perspectiva, por tanto, el personaje —o sea, aquel que *performa*, ya sea real o ficticio— está siempre a la vista y solo es si (y en la medida en que) alguien lo mira. Lo cual equivale a decir, retomando los conceptos de Riesman, que su personalidad es *alterdirigida*.

“Los modos por los cuales alguien *performa* a sí mismo”, según la argumentación de Schechner (2003, p. 34), siguen una lógica semejante “a los modos por medio de los cuales las personas *performan* otras personas en los dramas, danzas y rituales”. En suma, ya sea desempeñando el papel de uno mismo o encarnando un personaje ficticio, en todos los casos se trata de mostrarse haciendo algo o exhibirse siendo alguien. Todo el peso de esta definición recae en el polo receptor: en el otro, el que mira y, con ese gesto, tiene el poder de concederle existencia al personaje que *performa*. De manera que se acaba de insinuar, aquí, otro ajuste importante en la definición de qué es *performar*. Consiste en hacer algo —o, simplemente, en ser o parecer alguien— con la seguridad de estar siendo observado.

“Hoy, difícilmente exista actividad humana que no sea una *performance* para alguien, en algún lugar”, constata Richard Schechner (2003, p. 39), con el adverbio temporal remarcado por la autora de este artículo. Porque lo que se intenta es argumentar que no se trata de algo inherente a la naturaleza humana, como parecen insinuar las teorías de autores que siguen la línea de Erwin Goffman (1985), por ejemplo, así como de buena parte de quienes se inscriben en la flamante vertiente académica abierta por los “estudios de *performance*”. La posición aquí esbozada sostiene que, al

contrario, hay explicaciones históricas para todo esto: tiene sentido que la *performance* se haya transformado en lo que es ahora para nosotros, a diferencia de lo que ocurrió en otras épocas y culturas, incluso no hace mucho tiempo atrás.

Desde fines del siglo XIX y, sobre todo, a lo largo del siglo XX, se ha hecho un gran esfuerzo por disolver las fronteras entre lo que era ficción o actuación y todo aquello que supuestamente no lo era, una tentativa que se alineó a las distinciones entre arte y no arte, o incluso entre vida y arte. De alguna manera, esa meta fue alcanzada: ahora, a principios del tercer milenio, todos esos límites se han diluido. “De un lado de ese espectro, está muy claro qué es una *performance*, qué es una obra de arte”, ejemplifica Schechner (2003, p. 39); “del otro lado, esa claridad no existe”. Es probable que uno de los motivos de esa disolución sea, justamente, que ahora *todo es performance* y arte, o que al menos todo puede llegar a serlo.

Se trata de una de las múltiples complicaciones implícitas en ese tipo de implosiones de las viejas categorías: si todo es *performance* y si todos somos *performers* todo el tiempo, entonces se corre el riesgo de que nada y nadie lo sean jamás. O, en el otro extremo y con efectos idénticos, de que la cosa nombrada no tenga relevancia o ni siquiera exista. Si todos somos una suerte de artistas porque tenemos la capacidad de convertir nuestras acciones diarias en arte —como ejemplifica Schechner aludiendo a las *webcams* que transmiten la cotidianidad de los sujetos por internet, y podríamos incluir ahí también a buena parte de la actividad que se desarrolla en las redes sociales, los blogs y los sitios como Youtube—, entonces, ¿bajo cuáles criterios determinaremos quién merece ser señalado como un verdadero artista *performer*? Es decir, alguien que crea *per-*



formances artísticas dignas de ser consideradas con atención en ese campo, diferente de todos los demás que realizan sus triviales *performances* cotidianas. ¿O esa distinción realmente ha perdido sentido?

A partir de estas rápidas reflexiones sobre las diversas reverberaciones del término *performance* en la cultura contemporánea, este artículo se propone, ahora, concluir consumando su objetivo. La meta que guió este trayecto en su esfuerzo por ajustar las definiciones es, precisamente, problematizar el estatuto de la *perfor-*

mance artística —aquí definida como un acto efectuado por alguien que se considera un artista *performático* y que pone su propio cuerpo en exhibición— en sus complejas relaciones con dos entidades omnipresentes en la actualidad: los medios de comunicación y el mercado. Por eso se ha intentado desvendar, a partir de las reflexiones esbozadas en las páginas precedentes, ciertos engranajes de nuestro modo histórico de ser como somos. Y, quién sabe, también de nuestra capacidad de reinventarnos a nosotros mismos, a los demás y al mundo.

Foto: Jaime Reina, AFP. Palma de Mallorca, mayo 2013.

El cuerpo del artista eclipsa a la obra

Exhibirse es difícil para quienes no se sienten bien con sus propios cuerpos. Yo podría haber sido más humilde; pero si hubiera sido más humilde, no habría sido una artista.

Hannah Wilke

Son varias las paradojas que hechizan el campo artístico en la contemporaneidad, en su creciente fusión con el universo mediático, y que colaboran para que en él se realice una peculiar absorción de las mutaciones más recientes ocurridas en las subjetividades. Tras el desmoronamiento del templo del arte rematado por aquellas vanguardias que ya son históricas, y después de todos los certificados de defunción concedidos al autor, al artista y hasta a los museos en las últimas décadas, el panorama de la creación contemporánea que ofrecen los medios de comunicación —y que el mercado entroniza— no podía ser más sacralizador de todas esas pomposas figuras. Tal vez porque, en ese convulsionado siglo XX, se desdoblaron también varios otros procesos: a partir de las reivindicaciones vanguardistas, por ejemplo, el artista pasó a ser tanto sujeto como objeto de su obra, algo que se generalizó a partir de los años sesenta y setenta. El acto de crear se convirtió él mismo en una especie de objeto de culto: al ubicarse bajo los reflectores, el cuerpo del artista se transformó en el principal blanco de los espectadores.

No es casual, por tanto, que manifestaciones como el *body art* y la *performance* hayan surgido en ese terreno que fertilizó la escena artística contemporánea. Todo comenzó, probablemente, con las fotos y filmaciones de Jackson Pollock en acción, pintando sus enormes lienzos con el cuerpo entero. Es lo que sostiene Amelia Jones en su ensayo publicado en el libro *El cuerpo del artista* (2006, p. 23). Según el análisis de esa autora, puede decirse que tales imágenes tuvieron un inmenso poder *performativo*, contribuyendo enormemente a engendrar otra forma de “ser artista” en la generación que sucedería a los modernos y que desplazaría la obra para poner en el centro de la escena a la figura del autor. Si el sueño modernista era hacer de la vida una “obra de arte” comparable a los objetos acabados que

dichos artistas solían producir, tal vez ahora la meta consiste en protagonizar la vida como una buena *performance*.

Cabe insertar aquí, sin embargo, la duda de Henri-Pierre Jeudy (2002, p. 111): “¿será que esa manera de dar su cuerpo como espectáculo implica violentar a la representación?”. Si la ilusión de superar esas cuestiones llevó a la exhibición corporal de los artistas, su mismo exceso “no hace más que consagrar la generalización del espectáculo a la vida cotidiana”, responde el mismo autor en su libro *El cuerpo como objeto de arte*. Sea como sea, en el complejísimo momento actual no se puede ignorar la creciente importancia de los medios de comunicación y del mercado en la definición de qué es arte y quién es un artista. A nadie se le escapa que esas entidades suelen estampar en sus vitrinas solamente aquello que se puede comunicar y vender más o menos fácil; de preferencia, si vienen amparados bajo la marca de alguna novedad polémica que produzca algún pequeño “escándalo” transitorio y luego desaparezca arrastrada por el flujo de informaciones que nunca cesa. En ese magma se intuyen las huellas del camino que llevó a hacer del artista una estrella o una especie de marca que debe proyectar una imagen capaz de vencer en su lucha por conquistar la visibilidad. En suma: alguien que, como todos los demás, también necesita convertir a su *yo* en un *show* para poder “ser alguien” o para posicionarse, por ejemplo, como un artista.

Así, al convertirse en una celebridad que publicita una serie de productos y servicios firmados con su marca —sabiendo que entre ellas, y sobre todo, debe ocuparse de vender su propia imagen—, el artista tocado por la varita mágica de los medios y del mercado se distancia definitivamente del artesano: no necesita *hacer* más nada con sus manos, pues ya no se trata de producir bellos objetos acabados que serán apreciados en sí y por sí. Lo que importa ahora es la *performatividad* de su cuerpo, no sólo su aspecto físico o su imagen corporal, sino también sus acciones cotidianas que, con su concomitante repercusión mediática, se han vuelto súbitamente determinantes para valorizar su obra.

Bajo esas nuevas reglas del juego, será tanto la fulgurante personalidad del artista como su *performance* —en una acepción amplia y hasta existencial del término— las que prestarán su sentido y su valor a cualquier obra que él haga, y no al contrario como solía ocurrir.

Esos procesos suelen interpretarse como la consumación de cierta “democratización del arte, que a su vez conlleva una engañosa desaparición de la autoría. Sin embargo, desde esta perspectiva, ese eclipse autoral no parece implicar exactamente la agonía del autor, sino su transformación en algo de otro orden, que podría llevar incluso a su exasperación. “La ampliación del concepto de arte es imagen especular de la expansión de la subjetividad del artista creadora de valor”, afirma Peter Sloterdijk (2007) en su lúcido ensayo sobre las peripecias del arte contemporáneo presentado en la *Documenta XI* de Kassel, realizada en Alemania en 2002. “Todo cuanto toca la vida del artista ha de ser transformado en arte”, agrega el filósofo alemán, e ilustra su idea del siguiente modo: “si hubiera sido jurídicamente posible, Andy Warhol habría vendido a coleccionistas con sólidas finanzas calles enteras de edificios de Nueva York que habría transformado en obras de arte al pasear por ellas”. He ahí, sin duda, una *performance* cuya documentación fotográfica o audiovisual podría alcanzar cotizaciones impensables en los mercados contemporáneos.

A la luz de estas reflexiones parece refloatar, aquí, el interrogante tantas veces repetido: ¿qué es arte hoy en día? Si se opta por asumir la avara definición puramente mercadológica y mediática que se ha ido esbozando en estas páginas, parece obvio que los resultados de esa maquinaria son incapaces de generar una experiencia que pueda conmover, sorprender, angustiar, sacudir y ampliar el campo de lo posible. En lugar de apostar a lo desconocido, en vez de borrar la marca autoral con un estallido de sentido —o de sinsentido— y demoler el aura un tanto anquilosado de los museos y galerías (así como de los artistas), abriendo las puertas para un diálogo crítico con las penas y alegrías de la vida contemporánea, esa

definición suele ser pobremente tautológica. Arte es aquello que hacen esas excéntricas celebridades, los artistas más cotizados del momento... aun cuando en rigor no *hagan* nada. Basta tan sólo que sepan *ser* artistas — o *parecerlo*, porque la diferencia entre ambos verbos se ha eclipsado—, en la medida en que sepan *performar* sus propios papeles y *mostrarse* como tales.

Una *performance* más allá de lo *performático*

La vida es una obra de teatro más o menos buena,
con un tercer acto muy mal escrito.
Truman Capote

Llegados a este punto casi final de esta reflexión, cabe nuevamente preguntarse qué es *performance* y qué hacen exactamente aquellos artistas que practican ese género. ¿Se trata de una redefinición (y de una revalorización) bien contemporánea de la clásica *hipocresía*, aun cuando el personaje encarnado sea el de un auténtico artista? Un detalle curioso es el hecho de que, al menos en Brasil, el término “artista” se identifica coloquialmente como sinónimo de actor o actriz, sobre todo en referencia a las celebridades de la televisión y el cine, incluyendo allí lo que ahora se conoce como “figuras mediáticas”. Además, hay que destacar la creciente importancia de los soportes audiovisuales en la escena artística contemporánea, que invaden tanto las grandes exposiciones bienales como las pequeñas galerías de todo el mundo, para no mencionar las redes informáticas, en diversos formatos y más allá del espacio antes restringido a las salas de cine o a la pantalla doméstica del televisor. De modo que no hay cómo negarlo: la *performance* audiovisual está en auge.

Quizá se trate, entonces, de verdaderos hipócritas exitosos: fingen espontaneidad, interpretan bien a los personajes que “están siendo” y, por eso, son premiados con la mirada de los espectadores. Una mirada que es capaz de concederles nada menos que la propia existencia, aunque en rigor ya no *sean* nadie, puesto que en los últimos tiempos se han disgregado tanto la creencia en el valor del carácter interiorizado como la

confianza en la existencia de una identidad fija y estable. Parece haber restado, sin embargo, aquello que la ya mencionada Rolnik (1997, p. 20) denominó “referencia identitaria”. Se trata de una quimera que aún sigue insuflando al *yo*, con sus despóticas demandas de autenticidad y transparencia, alimentadas cotidianamente por un frondoso catálogo de soportes y “drogas” de diverso tipo, que según la misma autora ayudan a “sostener la ilusión de identidad”.

Son las mismas fuerzas que hacen añicos a las identidades e intensifican sus mestizajes, las que llevan a producir “kits de perfiles estándar”, como los denomina Rolnik (1997, p. 21), o “identidades globalizadas flexibles, que cambian al ritmo de los movimientos del mercado y con igual velocidad”. De modo que el torbellino que viene arrasando a las viejas formas de la identidad no implicó necesariamente un abandono de esos formatos; en cambio, las subjetividades contemporáneas “tienden a insistir en su figura moderna, ignorando las fuerzas que las constituyen y las desestabilizan por todas partes, para organizarse en torno a una representación de sí mismo dada a priori, aun cuando, en la actualidad, no sea siempre idéntica esa representación” (Rolnik, 1997, p. 21). En este nuevo cuadro, pues, los cambios y las reinvencciones del *yo* no solo se permiten, sino que se estimulan constantemente. Sin embargo, aún siendo provisoria e inestable, la referencia identitaria persiste y tiraniza a la subjetividad.

Tal vez, como sugiere la propia Rolnik, eso se debe al inmenso desafío que implica deshacerse de dichas ataduras, con el consecuente pavor de “convertirse en nada” si no se logra producir el perfil requerido para gravitar en alguna órbita del mercado. Esa amenaza de disgregarse en la nada es una experiencia terrible y muy contemporánea, que hubiera sido improbable cuando vigoraba la creencia en un acervo firmemente arraigado dentro de uno mismo —a pesar de todo el despotismo implícito en esa apuesta—, y cuando los tentáculos del mercado no se habían infiltrado en las nervaduras más delicadas del cuerpo y de la subjetividad.

La hipótesis que guió este artículo es que esa complejidad y esa ambigüedad, que caracterizan a la producción del *yo* en el mundo contemporáneo, se constatan en las innumerables tentativas de crear personajes verosímiles —tanto en el campo artístico como en el mediático ampliado a internet— que proliferan actualmente. Porque esa verosimilitud no suele basarse en la fidelidad a alguna esencia interiorizada (o sea, aquello que los personajes *son*, aún siendo ficticios) sino que su potencia en términos de veracidad o autenticidad se apoya en su capacidad de aparentar y mostrar —y, en ese mismo acto, inventar o *performar*— aquello que *están siendo*, fuertemente apoyados en un *yo* considerado verdadero y cuya existencia se considera *real*.

Así, aún pulverizada tras las turbulencias que la desestabilizaron en la segunda mitad del siglo XX, la referencia identitaria sigue operando como una exigencia muy activa para la producción de subjetividades en el actual imperio de las personalidades *alterdirigidas*. Esa antigua demanda, aunque envejecida y fragilizada por las luchas que la fustigaron a lo largo de las últimas décadas, continúa pautando las nuevas estrategias de construcción de sí, que se desdobl原因 tanto en las pantallas y galerías como en cualquier lado. Cada vez más, se anulan las diferencias entre todas esas instancias. En esa transición de los caracteres *introducidos* que constituían las subjetividades modernas hacia las personalidades *alterdirigidas* que impera actualmente, la vieja ilusión identitaria sigue inspirando la creación de personajes verosímiles. Se trata de sujetos que deben ser transparentes y parecer auténticos, no porque sean fieles a su esencia —de allí su condición ilusoria—, sino porque aparentan muy bien *ser* quienes aparentemente son, inclusive, quienes quisieran aparentar que son.

Aunque el panorama parezca, a veces, demasiado engañoso o incluso un tanto desolador, es justamente por todo eso que la labor artística resulta tan vital en la contemporaneidad: las artes tiene mucho para decir sobre lo que está sucediendo y sobre lo que puede llegar a ocurrir, y, muy especialmente, acerca de lo que quisiéramos que sucediera aunque todavía no logre-

mos siquiera imaginarlo. Para poder gritar bien alto y que sus alaridos sean oídos en medio de tanto ruido, sin embargo, los artistas enfrentan un desafío que no es menor, y que el propio Debord vislumbró en sus ácidas tesis de 1967: en la sociedad del espectáculo, la propia crítica se *espectaculariza* y se vende como mercadería, de modo que en ese proceso su potencia de invención suele desactivarse. “Porque es evidente que ninguna idea puede conducir más allá del espectáculo existente, sino solamente más allá de las ideas existentes sobre el espectáculo”, constataba hace más de cuatro décadas el cineasta situacionista (Debord, 1995, p. 203).

A la osadía artística le incumbe, por tanto, la difícil misión de eludir las seductoras trampas de la *espectacularización* del yo. Habrá que saber esquivar (o explotar), de algún modo, eso que lleva a las subjetividades contemporáneas a mostrarse desesperadamente y de la manera en que sea, intentando conquistar las vitrinas de los medios de comunicación y del mercado para tener la garantía de que son alguien. “Al fin y al cabo, la *performance*, en su forma de simulacro actuado para cámaras ‘ocultas’, ya invade hoy los estudios de televisión que generan programas cuyo éxito es un motivo más de desencanto y abatimiento”, afirma el curador Teixeira Coelho en el prólogo al libro *Sobre performatividad* (2009, p. 10). El mismo autor invita a recuperar “el sentido fuerte de la *performance*, con la exploración sensible de sus sintonías finas que el repliegue en el tiempo ahora permite”. Para eso, habrá que sortear los problemas aquí esbozados. El desafío es particularmente complicado para los artistas *performáticos*, aunque por el mismo motivo su éxito es más promisorio en la medida en que logren reinventar la experiencia artística buscando un chispeo o una vibración, así recuperarán su capacidad altamente política de sugerir nuevos modos de experimentar el mundo y la vida. ■■

Referencias bibliográficas

Brasil, André (2011). “A *performance*: entre o vivido e o imaginado”. *XX Encontro COMPÓS*, Porto Alegre. Recuperado de <http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&tmenu=0&fcodigo=1603>

- Coelho, Teixeira (2009). “*Performance* e um outro sentido de cultura”, en Edécio Mostaço, et al. *Sobre performatividade*. Florianópolis, Letras Contemporâneas, pp. 7-10.
- Debord, Guy (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires, La Marca.
- Ehrenberg, Alain (1991). *Le culte de la performance*. París, Calmann-Lévy.
- Freire Filho, João (2010). *Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas.
- Goffman, Erwin (1985). *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, Vozes.
- Gabler, Neal (1999). *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo, Companhia das Letras.
- Heilbrunn, Benoît (2004). *La performance, une nouvelle idéologie?* París, La Découvert.
- Jaguaribe, Beatriz (1994). “Autobiografia e nação: Henry Adams e Joaquim Nabuco”, en Guillermo Giucci y Maurício Diaz (orgs.), *Brasil-EUA*. Rio de Janeiro, LeViatã, pp. 109-141.
- Judy, Henri-Pierre (2002). *O corpo como objeto de arte*. San Pablo, Estação Liberdade.
- Jones, Amelia, y Tracy Warr (2006). *El cuerpo del artista*. Londres, Phaidon.
- Proust, Marcel (2003). *Sobre la lectura*. Buenos Aires, Libros del Zorzal.
- Riesman, David (1995). *A multidão solitária*. São Paulo, Perspectiva.
- Rolnik, Suely (1997). “Toxicômanos de identidade”, en Daniel Lins (org.), *Cultura e Subjetividade*. Campinas, Papirus, pp. 19-24.
- Schawbel, Dan (2011). *Yo 2.0*. Barcelona, Conecta.
- Schechner, Richard (2003). “O que é *performance*”. *O Percevejo, Revista de Teatro, Crítica e Estética* 12, año 11, pp. 25-50.
- Sennett, Richard (2002). *El declive del hombre público*. Barcelona, Península.
- Sibilia, Paula (2006). *O homem pós-orgânico: Corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Rio de Janeiro, Relume Dumará.
- Sibilia, Paula (2008). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.
- Sloterdijk, Peter (2007). “El arte se repliega en sí mismo”, *Documenta XI*. Kassel, en *Revista Observaciones Filosóficas*. Recuperado de <http://www.observacionesfilosoficas.net/elartesepliega.html>
- Souza Couto, Edvaldo (2009). “Corpos dopados. Medicalização e vida feliz”, en Paula Ribeiro, *Corpo, gênero e sexualidade. Composições e desafios para a formação docente*. Rio Grande (Brasil), FURB, pp. 43-53.
- Taylor, Charles (2008). *Uma era secular*. São Leopoldo, Unisinos.