

UFC Combate – Uma Experiência Estética¹

Carolina de Miranda Pineli ALVES²

Maria Fernanda Nedochetko CARLI³

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

O MMA, antiga luta livre, é um esporte que vem ganhando milhares de admiradores em todo o mundo, inclusive no Brasil. É um evento organizado pelo UFC e, no país, é transmitido pela maior emissora de TV. O objetivo do artigo é compreender como um esporte violento, no caso o MMA, pode ser apreendido como uma experiência sensível, a partir do espectador, considerando as contribuições de Gumbrecht, sobre o esporte e experiência estética. Apesar de ser uma modalidade esportiva impetuosa, as sensações geradas por ela levam a apreciar que as experiências estéticas não precisam necessariamente ser belas, mas precisam tocar uma condição inerente à condição humana – a sensível.

Palavras-Chave: experiência estética; esporte; MMA.

Um chute, três socos no rosto do adversário e um nocaute, foi assim a luta mais esperada do UFC⁴ Rio 2012. José Aldo, que defendia o título do peso pena, venceu em menos de cinco minutos em um espetáculo transmitido pela segunda vez na maior emissora de TV do país. A descrição acima refere-se à luta chamada de MMA – *Martial Mixed Arts* - ou em português – Artes Marciais Mistas. É uma luta que se originou a partir do Vale-Tudo, no Brasil, e que consiste em praticar habilidades equilibradas lutando em pé ou no chão. Segundo definição da organização do evento, é um combate desarmado, já que os golpes são dados com a expectativa de causar alguma contusão no adversário, utilizando diversas disciplinas das artes marciais incluindo: agarramento, golpes de finalização, chutes e ataques efetivos. Por causa deste estilo misto de luta é designada como artes marciais mistas⁵.

As lutas como boxe, luta livre ou MMA são caracterizadas pelo contato físico intenso. E apesar de possuir um caráter estigmatizante, como um esporte marginalizado, os

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Linha de pesquisa: Estudos de Cinema e Audiovisuais. E-mail: carolpineli@terra.com.br

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná. Linha de pesquisa: Processos Mediáticos e Práticas Comunicacionais. Bolsista de mestrado do CNPq. E-mail: mariacarli60@yahoo.com.br

⁴ *Ultimate Fighting Championship* – principal organização que promove lutas de MMA - *mixed martial arts*. – em muitos países do mundo. Organização e o evento leva o mesmo nome.

⁵ Informações disponíveis em: <<http://br.ufc.com/discover/sport/index>>. Acesso em 22 jun. 2012.

números referentes ao organizador das lutas estão crescendo e fazendo com que os eventos em torno delas se tornem verdadeiros episódios de entretenimento. Segundo Dana White, presidente do UFC, o crescimento do evento é caracterizado pelo aumento do número de vendas de canais *pay-per-view* e o aumento do número de ingressos vendidos para as lutas em todo o mundo. No evento que aconteceu em Toronto, no Canadá, os 42 mil ingressos disponíveis acabaram em alguns minutos⁶. Dessa forma, o MMA atinge milhares de admiradores por vários países, incluindo o Brasil.

O gosto pelas lutas não começou agora. Segundo Gumbrecht (2007, p.86), o surgimento do boxe, na Inglaterra, foi o primeiro esporte profissional da era moderna.

A versão setecentista do boxe era incomparavelmente mais brutal que os combates mais agressivos de hoje. Os lutadores golpeavam e se defendiam com os punhos nus, e os cortes e ferimentos nas mãos eram com frequência motivos de derrota. Acima de tudo, os combates só terminavam com um nocaute decisivo ou com a exaustão completa de um dos lutadores (e às vezes dos dois) (GUMBRECHT, 2007, p.87).

As lutas, portanto, sempre tiveram a característica de serem violentas e, em alguns casos, mais violentas que as atuais acabando com a morte do adversário. Uma das particularidades da experiência atlética, segundo Gumbrecht (2007, p.45), é a intensidade do envolvimento físico e mental operando no seu limite máximo.

O espectador fica tão envolvido com os combates, com a expectativa criada anterior às lutas, com as propagandas exibidas na TV e as entrevistas concedidas pelos lutadores que ele acaba fazendo parte da cena que está se desenvolvendo na hora da luta com gritos, aplausos e euforia. “O jogo bonito enquanto forma é surpreendente e, assim, epifânico porque tem que ser realizado contra o esforço ‘defensivo’ de outro time (e, por isso, nunca é algo previsível) (GUMBRECHT, 2006, p.60 - grifo do autor). O autor dá como exemplo os jogos coletivos como basquete, *baseball* e *hockey*, mas o conceito pode ser empregado às lutas, pois elas não são previsíveis nem em tempo nem em golpes, apesar de terem os favoritos, e há um esforço contra o adversário, fazendo com que quem estiver assistindo, torça de maneira epifânica por seu lutador.

Na luta entre Vitor Belfort e Anthony Johnson, pelo UFC 142, no momento da pesagem que acontece antes do combate, pois os jogadores são classificados de acordo com os seus pesos, o lutador Anthony sobe na balança e os torcedores brasileiros começam a

⁶ Informações disponíveis em : <<http://www.graciemag.com/pt/2011/02/ufc-um-negocio-que-nao-para-de-crescer-e-debater-recordes/>>. Acesso em: 22 jun. 2012.

gritar: “Uh vai morrer, uh vai morrer”⁷. É uma maneira de o torcedor se sentir parte do espetáculo. Gumbrecht (2007, p.87), ao analisar as imagens da prática do boxe no seu início, coloca que os espectadores preferiam ver os lutadores com seus corpos castigados e sangrando ao final da luta a eles em perfeitas condições no seu começo.

O esporte é uma forma de produção de presença, no sentido explicitado por Gumbrecht (2010, p.13), pois produção de presença “aponta para todos os tipos de eventos e processos nos quais se inicia ou intensifica o impacto dos objetos ‘presentes’ sobre corpos humanos”. Ainda segundo o autor, esporte é uma forma de performance, mas que deve ser percebido a partir da presença. No entanto, a performance esportiva é específica, pois é vista pelos valores de *agon*, competição e *arete*, busca pela excelência (GUMBRECHT, 2007. p.67).

O crescimento do MMA não aconteceu apenas no campo profissional. Muitos atletas amadores passaram a praticar esse tipo de luta ou outra modalidade, pois os lutadores brasileiros começaram a se destacar neste esporte⁸. Os lutadores de MMA deixaram o anonimato para estrear a calçada da fama como heróis nacionais. Eles saíram do octógono⁹ para serem artistas em comerciais de carro, personagens de documentários e até mesmo viraram estrelas *hollywoodianas*.

Segundo Gumbrecht (2007, p.105-106), há uma ligação dos atletas com as marcas, até ao ponto da imagem do atleta se confundir com estas do que com o seu próprio país. Seria o caso do corredor de Fórmula 1, Michael Schumacher, que teria sua imagem associada mais a Ferrari do que à Alemanha. Dessa forma, Gumbrecht questiona o fato de estarmos mais no papel de consumidores do que de fãs. No entanto, acreditamos que a relação do fã com o seu esporte favorito se intensifica a partir dos produtos mesmo que a condição de consumidor também seja exigida.

A experiência estética, portanto, se realiza nos esportes e, em especial, nas lutas de MMA, pois, segundo Kant (*apud* Gumbrecht 2006, p.52), esse tipo de experiência produz “sentimento íntimos” de natureza diversa. Sentimentos de admiração, paixão e repúdio são

⁷ Informação disponível em: <<http://sportv.globo.com/videos/lutas/t/mma/v/ufc-rio-pesagem-de-vitor-belfort-e-anthony-johnson-pelo-peso-medio/1767777/>>. Acesso em: 22 jun. 2012.

⁸ Em Manaus, o número de academias dobrou devido ao sucesso das lutas do tipo MMA. Em novembro de 2011 eram 49 academias na capital e em março de 2012 o número chegou a 100. Um dos motivos desse crescimento, além do sucesso da luta, é que o lutador, José Aldo, campeão na categoria peso pena, é manauara. Disponível em: <<http://www.d24am.com/esportes/lutas/numero-de-academias-duplica-em-manaus-apos-febre-do-mma/51946>>. Acesso em 22 jun. 2012.

⁹ Espaço aonde acontecem os combates.

alguns dos produzidos pelo MMA, mas, ainda segundo o autor, “o belo é o que, sem conceitos, se representa como objeto de um prazer universal” (2009, p.55).

Essa falta de dimensões ou conceitos estáveis em que poderíamos basear o nosso juízo é uma das várias razões pelas quais Kant descreve a experiência estética como “prazer desinteressado”, a saber, como prazer independente dos propósitos e das funções que perseguimos nos nossos mundos cotidianos (GUMBRECHT, 2006, p.53).

Portanto, a experiência estética é compreendida aqui no sentido de pequenas crises do cotidiano, segundo Gumbrecht (2006, p.51), pois será sempre uma exceção.

A estética, que na linguagem comum pode ser designada como filosofia da arte ou teoria do belo, é uma disciplina relativamente recente. Inicialmente ela está ligada à questão da definição e dos critérios da beleza. Segundo Ferry (2010, p.131), “seu surgimento está ligado de maneira indissolúvel a uma verdadeira revolução no olhar lançado ao fenômeno da beleza [...]”. Alguns conceitos da estética estão relacionados à beleza, como o belo, o sublime, o gracioso e o grotesco, mas a experiência estética vai além do nível cognitivo e atinge o sensível e o sensorial. Dessa maneira, é que o cotidiano é introduzido nas experiências estéticas.

No entanto, as experiências no cotidiano são entendidas, como dito acima, como pequenas crises, já que, estão envolvidas em atos “desinteressados”, segundo Kant, não no sentido de não ter interesse, mas no sentido de “não ter interesses ocultos” (GUMBRECHT, 2007, p.37). Por exemplo, quando o espectador assiste ao seu time jogar bem, esse fato não terá resultados objetivos na sua vida cotidiana. Depois do jogo ou em dias posteriores o torcedor pode até sentir a sensação excepcional de felicidade, mas isso não trará consequências objetivas para sua vida como um crédito em sua conta bancária ou modificar seu status social (GUMBRECHT, 2007, p.38).

Eu me atrevera até a afirmar que mesmo os atletas que claramente têm um objetivo em jogo [...] esquecem esses interesses externos no meio do jogo ou da competição. Embora o dinheiro possa ser uma motivação forte, durante um jogo tenso Ronaldinho Gaúcho não pensa em contrato multimilionário na hora de bater um penáلت (GUMBRECHT, 2007, p.38).

Outro ponto do esporte que faz com ele possa ser considerado como uma pequena crise no cotidiano, são as suas regras. Os conjuntos de regras só fazem sentido dentro da competição. “Para o atleta e para os espectadores, a inutilidade dessas regras no mundo comum é uma precondição para que eles possam se perder na intensidade da concentração

durante o evento” (GUMBRECHT, 2007, p.61). No entanto, essa característica de crise no cotidiano, não deve ser entendida como um fato que está além do sujeito.

Greimas (*apud* Caetano, 2011) distingue dois tipos de atitudes estéticas: a primeira seriam as fraturas estéticas, que seriam independentes da vontade dos sujeitos, e a segunda que ele chama de escapatórias, que não tem um caráter accidental. “Ele pressupõe não só um sujeito presente no mundo ao modo estésico, mas também interagente” (CAETANO, 2004).

As experiências sensíveis também podem estar presentes em momentos que se estendem além do combate ao vivo, seja pela TV ou pela *web* ou de maneira presencial nos lugares onde os embates acontecem¹⁰. De fato, ela se inicia com a divulgação da luta. Imagens dos lutadores, com uma estética de *games*, são divulgadas em várias mídias para o público.



Imagem 1 – Divulgação do combate UFC 142¹¹.

A mesma estética é usada anteriormente às lutas para apresentar os combatentes. Na comparação a seguir, há a imagem usada pela organização do evento e a capa de um *game* de luta indicando a semelhança entre elas em relação ao posicionamento dos personagens (e de suas mãos) e das cores usadas.

¹⁰ Segundo a organizadora do evento, UFC, o fã pode trazer o octógono para a sua sala de estar através dos jogos interativos *on-line* ou o UFC *Undisputed* para os dispositivos Xbox 360, PS3 ou PSP. “A diversão não acaba quando a luta termina”. Informação disponível em: < <http://br.ufc.com/discover/fan/index>>. Acesso em 23 jun. 2012.

¹¹ Disponível em: <<http://www.mmabyneko.com.br/download-do-ufc-142-aldo-vs-mendes/>>. Acesso em: 26 jun.2012.



Imagem 2 - Divulgação do combate entre Vitor Belfort e Anthony Johnson¹².

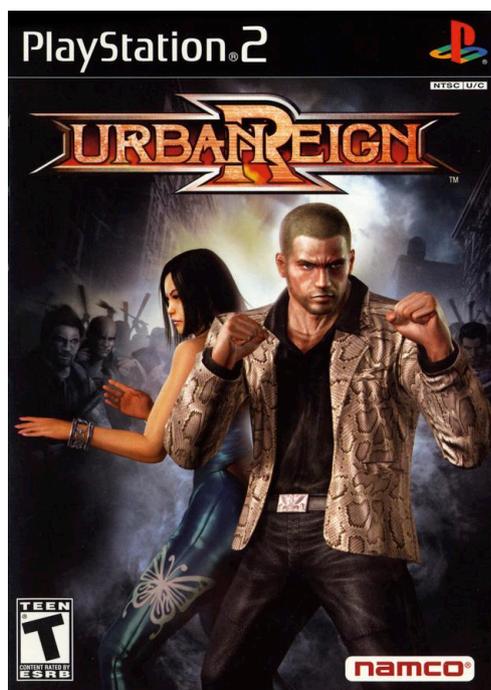


Imagem 3 – Capa do game *Urban Reign*¹³.

A semelhança com os *games* dá uma forma lúdica à luta, mas também um sentido de realidade ao *game*, pois pensando no sentido contrário a capa do jogo também reproduz a imagem de uma luta real. Portanto, nos dois casos, há a apropriação de uma prática já existente criando uma estética da aparência. Seel (*apud* GUMBRECHT, 2006, p.53) explica

¹² Disponível em: <<http://portalbraganca.com.br/esporte/ufc-142-anthony-johnson-bate-peso-e-luta-com-vitor-belfort-esta-confirmada-no-ufc-rio.php>>. Acesso em 26 jun. 2012.

¹³ Disponível em: <<http://helpjogo.blogspot.com.br/2010/10/urban-reign-ps2.html>>. Acesso em 26 jun. 2012.

que “o efeito da ‘aparência’ dependeria da desvinculação do objeto e do conceito dos contextos conceituais e materiais aos quais pertencem normalmente”. De acordo com o autor, esse efeito da aparência permite que percepções e funções do objeto não percebidas antes no seu contexto padrão, recebam uma atenção diferente e, com isso, uma luta perigosa como a luta livre se transforme em um espetáculo com o nome de MMA.

Segundo Guimarães (2004, grifo do autor), o que é específico da atitude estética é que a comunicação acontece através de *performances artificiais*, levando o sujeito a compreender o objeto de forma pragmático-performativa.

A atitude estética é guiada pelo interesse concedido à presentificação de conteúdos da experiência que, no interior de uma dada forma de vida, tornam perceptíveis a atualidade e a disposição interna de nossa própria experiência. Por presentificação dos conteúdos da experiência, Seel entende um modo de acesso a uma situação feito de maneira alusiva, não direto, e necessariamente dependente do contexto (GUIMARÃES, 2004).

O intuito desse trabalho não é analisar a estética de *games*, e sim a experiência estética que o MMA causa no espectador. Para compreender, portanto, como esse tipo de luta age de maneira sensível no espectador, quatro conceitos de Gumbrecht (2006, p.54, grifos do autor) são utilizados para a exposição da experiência estética.

O primeiro é o *conteúdo da experiência estética* que “seriam os sentimentos íntimos, as impressões e as imagens produzidas pela nossa consciência – enquanto inacessíveis aos nossos mundos historicamente específicos”. O segundo são os *objetos da experiência estética* que são as coisas que desencadeiam esses sentimentos expostos anteriormente. As *condições da experiência estética* “são circunstâncias situacionais historicamente específicas nas quais a experiência estética estaria baseada”. E, por fim, os *efeitos da experiência estética* que se referem às consequências e transformações que vão além do momento em que ocorre a experiência.

Esses conceitos de Gumbrecht são importantes para a análise desse artigo visto que as pessoas são atraídas para esse tipo de esporte violento, mas seus sentimentos íntimos o levam para o conteúdo dessa experiência estética. O objeto dela é a própria luta, que historicamente, tem despertado interesses por espetáculos desse gênero. Além disso, a repercussão das lutas na mídia convencional e nas redes sociais é consequência gerada a partir de uma madrugada de combates que vai muito além de um único dia.

O UFC conquistou seu espaço no Brasil. Os novos “heróis” brasileiros advém dele. Gumbrecht (2007) explica que o esporte (em geral) é a forma mais popular e intensa de contemplação estética, o que justifica o fascínio do público. “É um fascínio no sentido real da palavra – um fenômeno que paralisa os olhos, algo que atrai constantemente, sem indicar nenhuma explicação para a atração” (GUMBRECHT, 2007, p.20). O que caracterizaria o fascínio, segundo o autor, é a admiração pelos corpos esculpido; o sofrimento dos atletas, aqui, vem em forma literalmente de dor; a relação simbiótica entre os instrumentos e os corpos; e o *timing* dos atletas. Não há pesquisas para saber o que fascina, ou simplesmente atrai as pessoas para esse esporte, o que se sabe é que a audiência cresce a cada torneio junto com o sucesso no Brasil.

A emoção vivida pelos espectadores pode ser continuada além das competições. Documentários sobre o MMA e os principais atletas do Brasil estão à disposição dos admiradores, campanhas publicitárias usam os atletas como garotos-propaganda e, dessa forma, essa modalidade esportiva vai se popularizando no país do futebol.

Assistir a um torneio do UFC ao vivo ou na televisão leva o espectador a alguns tipos de sensações as quais ele sabia que estava sujeito a sentir, mas, ao mesmo tempo, não sabe como vão ocorrer. “Deixar acontecer e ver acontecer, às vezes, aquilo que não temos o direito de esperar – esse pode muito bem ser o tipo de experiência para a qual nós, fãs, estamos abertos quando assistimos a esportes” (GUMBRECHT, 2007, p.162).

Podemos sentir a força dos golpes, a dor e até mesmo podemos ter nojo do suor e do sangue, é a estética da sinestesia. A sinestesia, segundo Caetano (2011), seria o sincretismo das sensações que “desqualifica uma distinção baseada *a priori* na especificidade de linguagens (como linguagem visual ou verbal)”.

Embora a audição, a visão e os outros sentidos tenham cada um suas peculiaridades, o efeito de sentido que se desprende da percepção constitui sempre uma totalidade no plano semiótico. Isso se verifica em particular no caso dos efeitos sinestésicos produzidos pela convocação simultânea de dois ou mais canais sensoriais, como ocorre, por exemplo, quando, ao ouvir um quarteto em um concerto, seguimos com os olhos a gestualidade e a coreografia do primeiro violino (LANDOWSKI, 2004, p.101).

Ainda, segundo a autora, o atual estágio das pesquisas considera os regimes de significação construídos como regimes de presença no mundo. Sentimos na pele algo que não está ocorrendo conosco e sim com os lutadores, ou seja, ocorre uma presentificação no espectador daquilo que ele está vendo, pois se algo toca uma pessoa isso já não é mais individual, ela é tocada a partir de alguém, produzido por uma outra pessoa. Kant utiliza

esse conceito para refletir como o juízo reflexivo é um “juízo de ‘ocasião’ (*kairos*) no qual a imaginação produtiva ‘presentifica’ (*Darstellung*) um ‘objeto’ sob a forma de um sentimento imediato, desinteressado e não conceitual” (PARRET, 1997, p.190, grifos do autor). E essa presentificação é comum acontecer com experiências vindas do esporte.

Gumbrecht (2006, p.59-60) diz que todo esporte, enquanto experiência estética feita pelo espectador, é uma experiência estética em mundos cotidianos. “(...) trata-se da mudança pré-consciente entre planos situacionais diferentes que, nesses casos, produzem a contiguidade – sempre excepcional – entre a experiência estética e o cotidiano”. Mas, uma luta não faz parte do dia a dia das pessoas que não praticam o esporte. Com isso, recorremos a Greimas (1987, *apud* CAETANO, 2011) que explica sobre a “espera esperada do inesperado”. A pessoa busca a luta, ela compra o programa no canal a cabo, assiste quando é passada na TV aberta e não que isso faça parte do cotidiano dela, ou seja, ela espera que o inesperado aconteça, que algo diferente ocorra na luta, eis a espera do inesperado.

Greimas (1987, *apud* CAETANO, 2011) explica que nas escapatórias, que são essas pequenas quebras ao automatismo, não há a ideia do acidental, ou seja, as lutas não são acidentais, nem para os participantes que treinam por muito tempo para o torneio, nem para o público que anseia pela apresentação. Sendo assim, não é acidente a estesia e a emoção criada pelo torneio. Caetano (2011) explica que objetos como o sabor e o tato “(...) passaram a ser examinados como formas discursivas passíveis de serem compreendidas e explicadas no âmbito dos estudos de uma dada cultura enquanto modos de significar, de sentir e de fazer sentir”. Não estamos lutando no octógono, mas temos sensações ao assistir às lutas. Lutamos “juntos”, gritamos, ou até mesmo repudiamos, mas alguma sensação será causada.

A participação do espectador é um elemento essencial para que a experiência sensível ao assistir a uma disputa esportiva se realize de forma plena. Mesmo nos jogos de tênis, nos quais se exige um silêncio absoluto, a presença de todos os torcedores faz com que eles sintam de maneira mais intensa a emoção de poder compartilhar com os outros as vitórias, derrotas ou apenas uma bela disputa. E os jogadores poderem compartilhar, mesmo distantes fisicamente, com eles. Atentemos que uma das punições para clubes de futebol brasileiros que, eventualmente quebrem as regras, é jogar em estádios completamente

vazios. “O que os torcedores parecem gostar mais no ringue de hóquei é o fato de estar em comunhão com outros torcedores fanáticos” (GUMBRECHT, 2007, p.146).

Apesar de cada torcedor/espectador ter uma preferência por um time ou jogador, muitas vezes, o prazer de “assistir –junto” é um dos motivos desencadeadores da experiência sensível. “Experiência estética e estésica partilhada, a participação no ato dramático instaura então uma comunidade viva entre os espectadores, fundada em uma proximidade sentida que une os corpos-sujeitos” (LANDOWSKI, 2005, p.37). Portanto, o esporte deve ser encarado como objeto digno na promoção de experiências estéticas, pois ele é uma forma de performance que deve ser percebido pela presença.

De um lado, a emergência de experiências em que o excessivo constitui um pólo de valorização positiva, expresso sobretudo pelo efeito de presença do corpo próprio e da forte projeção de alteridade de um corpo-sujeito, seja ele pessoa, coisa ou animal. [...] De outro, a aparição do sentido pela colocação em movimento dos corpos presentes, esteticamente modulados, como afirma Landowski (CAETANO, 2011).

Vamos pensar o MMA como performance de competição, *agon*, e de busca pela excelência, *arete*. Mas o que atrai milhões de espectadores para um esporte violento? Essa talvez seja uma pergunta difícil de ser respondida. Alguns vão dizer que é a própria luta, outros podem responder que a adrenalina que ele causa, mas não há uma explicação lógica para isso, talvez a explicação esteja no termo *experiência estética*. Por que as imagens ou lembranças esportivas provocam sensações tão intensas? Buscamos uma possível resposta no crescimento das esferas sensorial e sensível em detrimento da cognoscível.

Entre os mais cultos entusiastas de boxe do século XVIII, uma boa explicação para o fascínio com esse tipo brutal de disputa seria um efeito de ricochete – uma reação à insistência da cultura iluminista na primazia da mente e da razão sobre o corpo e os sentidos (GUMBRECHT, 2007, p.89).

Pensar em estética logo vem à mente o belo e o sublime, conceitos defendidos por Kant. Mas poderíamos dizer que uma luta de MMA é bela? Acreditamos não ser esse o caso. Ela pode ser agradável a algumas pessoas, mas isso não é o importante, a luta causa uma experiência estética no espectador sem que pense nesses conceitos. Ele torce, vibra, luta junto. Em uma sala em que está passando uma luta do UFC Combate, mesmo os que

não gostam, olham e se afligem, e os apaixonados pelo esporte, mostram-se treinadores indicando os golpes certos.

Gumbrecht (2007) tem como proposta, em sua obra, justificar a consagração e o fascínio do esporte moderno em nossa sociedade, aqui tentamos justificar a do MMA. Esporte de luta, talvez o mais violento deles, pois é permitido usar todos os tipos de golpes das outras lutas, e que ainda assim conquistou milhares de pessoas. É o fascínio da bola que passou para os socos e pontapés. A paixão se justifica, pois toca uma dimensão inerente à condição humana – a sensível.

Referências Bibliográficas

CAETANO, Kati. Profanações estéticas no cotidiano mediatizado. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 20, 2011, Porto Alegre. *Anais...*Porto Alegre: COMPÓS, 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/>>. Acesso em: 22 fev. 2012.

FERRY, Luc. **Kant**: uma leitura das três “críticas”. 2ed. Rio de Janeiro: Difel, 2010.

GUIMARÃES, César. A experiência estética e a vida ordinária. **E-compós**, vol. 1, 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/14/15> >. Acesso em: 22 fev. 2012.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Pequenas crises: experiência estética nos mundos cotidianos. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargos (orgs). **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

_____. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade de julgar**. São Paulo: Ícone, 2009.

LANDOWSKI, Eric. Modos de presença do visível. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Semiótica Plástica**. São Paulo: CPS-Hacker Editores, 2004.

_____. **Aquém ou além das estratégias, a presença contagiosa**. São Paulo: Edições CPS, 2005.

PARRET, Herman. **A estética da comunicação:** além da pragmática. Campinas: Unicamp, 1997.