



Tensas interações: beleza, valores sociais, aparência e violência¹

Bruna Regina Maciel Ribeiro²

Mariana Cristina Mouro³

Pedro Pinto Oliveira⁴

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

RESUMO

O presente trabalho apresenta e analisa casos de meninas que sofreram algum tipo de agressão seja verbal, psicológica, simbólica ou corporal, por terem uma “beleza” aceita como o padrão a ser perseguido, reconhecido, admirado. Nossa pergunta condutora que nos levou a esse objeto de pesquisa foi: Como um valor tido como “positivo” passa a gerar ressentimentos, ódios e violência? Assim incorporamos, para tanto a definição desses, vista pelas noções de valores e seus processos comunicacionais na internet. Analisando sob o viés comunicacional que propõe uma interação entre os sujeitos em determinada situação, procuramos compreender, a partir das redes sociais das vítimas, as motivações que as levaram a sofrer diferentes tipos de violência.

PALAVRA-CHAVE: Processo Comunicativo; Valores; Internet.

Introdução

Este tema de trabalho nasce após as aulas da disciplina de Teoria da Comunicação II pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), sob a orientação do professor doutor Pedro P. de Oliveira. A pesquisa estuda a Beleza e as noções de valores aonde apontaremos como um valor tido como positivo passa a gerar ressentimentos, ódios e violência. Assim iremos incorporar destas noções desde o tempo ocidental até os dias atuais.

¹Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

²Estudante de Graduação. 3o semestre do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFMT, email: brunamaciel81@gmail.com

³Estudante de Graduação. 3o semestre do curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFMT, email: mmouro23@gmail.com

⁴Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da UFMT, email: ppo@terra.com.br



O termo beleza expressa a qualidade do que é belo ou agradável. Geralmente, é usado para designar as características de alguém ou alguma coisa. O conceito de beleza não tem valor absoluto, podendo sofrer variáveis, em razão das diferenças culturais e regionais. Sendo assim, o que é belo para uma pessoa pode não o ser para outra. Por outro lado, como antônimo da palavra beleza, tem-se a feiura, uma vez que nem todos os seres vivos ou obras se apresentam sempre no esplendor da mais perfeita forma. Feiura ou fealdade é a aparência desagradável, não é só o contrário de beleza, ela é uma força que se opõe à beleza. Ser feio é não ser atraente, sendo que, muitas vezes, pode ofender o observador.

Assim, tem-se que o belo e o feio sempre existiram, sendo o primeiro utilizado como sinônimo da perfeição e o feio como aquilo que causa antipatia aos sentidos. Logo, de uma maneira geral, o ser belo é um valor e o ser feio é um desvalor.

Para Ecco (2004), o conceito de belo sempre esteve ligado a determinadas proporções que mudam com o tempo e a sociedade. Na verdade para este autor é difícil não haver a associação do termo belo com o bom e do feio com o mal, isso explica a razão das pessoas irem a buscas constantes de adequação aos padrões de beleza impostos, a fim de não serem excluídos do convívio social, pois toda natureza malformada pode tornar-se bela, se submetida ao ato da correção.

Segundo Platão, todo e qualquer objeto possui uma forma de beleza, tanto em sua coloração quanto em seu formato. Platão entende que belo é semelhante à justiça e a virtude, ou seja, o admirável é apenas um ideal pelo qual o ser humano deveria buscar e alcançar em suas atividades. O filósofo faz uma divisão entre o universo em dois mundos: O mundo das ruínas e o mundo em forma. O mundo em que vivemos, é o da ruína, da morte, da feiura e decadência. Existe outro mundo acima do nosso, o da forma, de onde o nosso recebe a existência e o significado é o mundo das ideias puras, da essência, o qual é eterno e imutável. Nesse mundo, verdade, beleza e o bem, são essências ligadas ao ser, é nele que temos o modelo de verdade, beleza e do bem.

Com essas considerações, feio e belo significa existir e depende do olhar daquele que avalia, ou seja, o que pode ser bonito para um, não é para outro, sendo uma questão de transferência. Determinar um objeto como belo é o mesmo que dizer que tal objeto é perfeito, harmonioso, bom, e julgar um objeto como feio é o mesmo que dizer que ele é imperfeito, desarmonioso, mal, grotesco.



As mídias, por intermédio dos seus diversos canais, programas de televisão, redes sociais, revistas e websites, inserem na sociedade ideias de beleza. Entretanto, o conceito de beleza apresentado quase sempre se apresenta revestido da falsa ideia de que o belo carrega em si o valor da felicidade. Isso ocorre por que essas mídias estão o tempo todo com o objetivo de aumentar o número de vendas de determinados produtos.

Logo, associar a felicidade atrás dos produtos é uma técnica eficaz de venda. As pessoas são incentivadas a adquirir novidades lançadas em vários setores de alimentação, vestuários, entre outros, na falsa ideia de serem mais felizes, como se felicidade estivesse disponível nas prateleiras.

O consumismo desenfreado fortalece ainda mais a sociedade como uma era das imagens e da exaltação dos padrões de beleza. Um exemplo de problemas críticos atuais é a insatisfação das mulheres com o seu próprio corpo, as quais buscam uma perfeição, muitas vezes inalcançável. Esse desejo de beleza ideal, em razão da vaidade excessiva gera uma série de distúrbios, pois o fator de diferenciação leva a exclusão social. Note-se que esse fato social vem criando um campo de batalha entre os diferentes, ou seja, belos e feios. De um lado têm-se os primeiros que repudiam os segundos e de outro esses excluídos que nutrem um sentimento de inferioridade, o qual logo progride para ódio, inveja e violência.

Essa batalha migrou para as redes sociais, que em razão de sua facilidade e rapidez de circulação se transformou em palco de diversas discussões, ameaças e rompimentos. No facebook, observam-se publicações de postagens que trazem fotos e frases ofensivas, desrespeitosas e até criminosas. Essas agressões virtuais transformam-se em agressões morais, físicas, e, inclusive, mortes.

Para essa identificação, utilizamos como fundamentação teórico-metodológica neste trabalho a análise comunicacional, trate se de analisar as páginas em tais redes sociais das vítimas.



Assim como a mídia tem se tornado cada vez mais o objeto de investigação da análise de discurso. Optamos pela Internet para análise por ser um veículo de comunicação de massa importante nessa produção de sentido.

Para ajudar a construir nosso raciocínio, recorreremos a um ator clássico como Platão ao tratar do Belo e o Feio, vimos também a visão atualizada de Umberto Eco a História da Beleza (2004 e 2007). Utilizamos estudos de Vera França (2012) sobre A Tv e a dança dos Valores: roteiro analítico para tratar da relação entre a televisão e a sociedade. Na área de análise comunicacional utilizamos John Dewey (2012) que estuda a performance entre o indivíduo com a sociedade e Hohlfeldt (2007) na Teoria do Jornalismo. Com objeto empírico recortamos matérias de opinião e vídeos da reportagem.

Procedimentos metodológicos

O objetivo da nossa análise é a apreender a dinâmica da comunicação na articulação e construção do discurso do ódio: quais imagens geram violência física e violência psicológica; de quais xingamentos uma pessoa “bonita” pode ser vítima? Ela é xingada de que maneira? Sua lindona? Ou seja, examinar como se dá a atribuição de valor na relação entre as pessoas.

Assim, após uma revisão bibliográfica sobre o assunto relacionado a aparência e valores sociais que lhe são atribuídos, aprofundamos nossa temática. Para isso buscamos nas bases de dados e na literatura do campo da comunicação textos que tratavam deste tema.

Após a busca bibliográfica, encontramos inúmeros artigos (textos, monografias, teses) sobre este tema, que consideramos e relevantes para o nosso trabalho.

Selecionamos os mais relevantes, considerando o ano o tema abordado, a literatura recente, e autores especialistas na área da comunicação.

Desdobramos quatro categorias de discussão, sendo assim conseguimos classificar em tópicos para a análise comunicacional:



- Descrição das ocorrências
 - ✓ Aonde visaremos desde o ato que inflige à dor violência, até chegar às redes sociais.
- Noticiário – O acontecimento reverbera
 - ✓ Apresentação das notícias relacionadas as agressões sofridas pelas jovens.
- Noções de valor
 - ✓ Aplicação da base teórica, e destacando se a análise comunicacional entre a TV e o indivíduo.
- Análises das ocorrências
 - ✓ O último segmento analisa a relação desses casos refletindo sobre o valor, detalhando o ocorrido, desde o desdobramento das redes sociais das vítimas.

Assim, desenvolveremos os pontos acima citados no decorrer deste artigo.

Descrição das ocorrências

Segundo Vinha (2002), Quando temos um ato intencional que inflige dor ou machuca alguém, podemos considerar como agressão que, dependendo da gravidade, denominamos como violência. Esses tipos de violências podem ser em ambientes sociais, em que as relações interpessoais se façam presente ou quando não existe uma relação pessoal direta.

Nas redes sociais têm ocorrido alguns casos de violência chamados cyberbullying, que são ofensas realizadas por meios de posts e fotos, com o teor provocativo, publicadas em redes sociais.

Existem internautas que se especializam no comedimento destas agressões chegando a criar páginas no facebook, com o intuito de compartilhamentos de fotos e frases provocativas, que diminuem pessoas, podendo ocasionar a baixa da estima.

Fator interessante a ser observado é o índice de aprovação que esses criminosos adquirem através do número de curtidas que suas ações recebem, as quais caracterizam o apoio de seus leitores, chegando a mais de 1.232. A partir de páginas como estas, será



feita uma análise dos casos que começaram em redes sociais e chegaram aos maiores sites de notícias do país. Onde enxergaremos jovens que sofreram algum tipo de agressão, seja verbal, psicológica, simbólica ou corporal, por terem uma beleza diferenciada, ou seja, por serem “Bonitas”.

Noticiário – O acontecimento reverbera

O caso das jovens agredidas por serem bonitas foi durante dias a sensação dos principais sites de notícias, e redes sociais do país e do mundo. Assim como existem outros casos semelhantes a esses, resolvemos em meios destes semelhantes escolhermos apenas dois, por sua popularidade repentina que obteve, e a indignação da população.

- Na zona norte de Sorocaba (SP), uma adolescente de 13 anos ao sair da escola, sofreu agressão por ser “bonita” as fotos que adolescente publicava com frequência em sua página do facebook, causou ambição em sua rede social. De acordo com informações a agressão ocorreu por motivo de inveja. A vítima ao sair da escola, foi abordada por sua agressora, que a segurou pelos cabelos e começou a bater a cabeça da mesma varias vezes no chão, pediu para que ajoelhasse e pedisse perdão, a vitima se recusou e as agressões continuaram, mesmo depois que a ela já tinha perdido a consciência. A agressora gritava, “Quero ver quem vai te querer agora, quero ver você ser bonita agora”.

- Uma jovem de 15 anos foi agredida gravemente no país da Argentina, por outras duas irmãs. A jovem voltava de uma reunião com amigos, quando foi cercada na esquina de casa pelas irmãs. As agressoras diziam a vitima, “todo mundo fala que você é bonita. Você não vai parecer tão bonita quando nos terminarmos com isso, iram te chamar de chucky”. O corte que a vitima levou em seu rosto, precisou de 20 pontos. A irmã da vitima foi responsável por disponibilizar as fotos em sua rede social, assim tornando o fato público, a mesma ainda colocou as fotos da agressora em



sua página com a seguinte fala, “esta são as meninas que queriam matar a minha irmã”.

Noção de Valores

O caso das meninas que foram agredidas por serem bonitas foi, durante dias, a sensação nas redes sociais e a popularidade repentina chamou atenção de emissoras de TV e site de notícias.

Em uma pesquisa nas redes sociais e nos sites de notícias é notável a repercussão dos casos, devido aos inúmeros compartilhamentos nas redes. No que diz respeito das matérias jornalísticas, é preciso colocar que o caso das meninas foi exposto como notícia pela mídia, e é possível se identificar o seu valor de noticiabilidade ou valor-notícia. Segundo Hohlfeldt

Valores-notícias é o conjunto de elementos e princípios através dos quais os acontecimentos são avaliados pelos meios de comunicação de massa e seus profissionais em sua potencialidade de produção de resultados e novos eventos, se transformando em notícia. São comumente agrupados em categorias. (HOHFELDT 2007, P.208)

O autor coloca que tais categorias são praticamente infinitas e estes valores-notícias se combinam enquanto infinitos compostos, por isso, não podem ser analisados isoladamente. Assim, é possível analisar o caso das meninas agredidas por serem bonitas, pela combinação de dois valores de noticiais classificados pelos teóricos da comunicação, dentro dessas categorias e subcategorias. Estes casos inserem como valor-notícia: 1. Por sua relevância – interesse do público pelos casos, a ponto de mobilizar cerca de milhões de acesso aos sites de notícias que disponibilizaram os casos; 2. Pela atualidade e frequência – a possibilidade de desdobramento futuros das informações.

Diante da abordagem teórica sobre valores-notícias fica mais clara a compreensão do por que o caso de uma das meninas ganhou bastante espaço na mídia, por exemplo, em um dos programas de entretenimento e jornalismo da Rede Globo, a emissora de maior audiência no Brasil numa mesma semana, o programa Encontro com a Fátima



Bernardes, repercutiu um dos casos, levando a vítima para esta dando entrevista com o seu depoimento de comoção e fazendo uma pesquisa nas ruas e perguntando a opinião das pessoas.

É importante lembrar que os valores são um conjunto de características de uma determinada pessoa ou organização, que determinam a forma como a pessoa ou organização se comportam e interagem com outros indivíduos e o meio ambiente. Os valores humanos podem ser morais, sociais, éticos e constituem as regras estabelecidas para convivência em uma sociedade. Os valores são transmissíveis e mutáveis, se diferenciam em razão de culturas, épocas, regiões. Assim, possuem caráter pessoal e assume formas diferentes em cada indivíduo, de acordo com interferências de ideias externas. Segundo Dewey, existem três tipos de valorações:

Existem três tipos de fontes que afetam nossas valorações: nossos próprios desejos, as alegações ou demandas das outras pessoas e a sua aprovação ou reprovação da nossa conduta. (JOHN DEWEY. 2012. P.83).

Para esse autor, as valorações humanas são afetadas a partir da visão que se tem do mundo, ou seja, os acontecimento e comportamentos sociais funcionam como um espelho para o indivíduo, que sempre está buscando parâmetros para suas condutas. Isso explica a razão do quanto algo que o outro pensa e diz pode interferir nas ações, na história ou até mesmo nas escolhas das pessoas. Nesses termos, a subjetividade quase não fará parte ativa das decisões durante o cotidiano de alguém, mas sim o olhar do outro sobre ele e seus julgamentos, por isso, supostamente, suas ações seguem o ritmo e os passos dirigidos pelo que o outro pensa a respeito de determinado assunto.

Nesse contexto, ressalta-se a importância da informação transmitida por vários canais de comunicação, a qual circula de maneira instantânea, sem limite de tempo e espaço, com o uso da internet, televisão, revistas, facebook, aplicativos de celulares, que divulgam e impõe valores, tais como consumismo, individualismo, culto de imagem e outros. Assim, não há como se falar em informação sem citar a rede interligada, pois ela está cada vez mais presente no dia-a-dia e isso é fato. O que se questiona é: qual a relevância de sua influência na mudança social? De acordo com Vera França;



A televisão tanto reflete os valores, problemas e tendências de uma sociedade em determinado momento, como exerce sobre ela um papel constituidor, influenciando comportamentos, ditando temáticas e modismos. Essa dinâmica de reflexividade que a atravessa faz dela um laboratório privilegiado de estudo, um “instantâneo” da vida social em seu movimento, cristalização, mudanças. (FRANÇA 2012. P. 3)

Destacamos, a partir desta reflexão que o espaço midiático, tem certa concentração de poder nas mãos de certos indivíduos, que são responsáveis por passarem essas informações, pois o seu público, telespectador ou leitor mudam de opinião apenas por ver algo que lhe foi exposto na TV, no facebook, nas rádios e revistas, sem questionar qual valor é positivo e por que deve segui-lo como tal.

Dentre os canais disponíveis, a navegação virtual recebe especial destaque ao se falar de valores, em razão de sua velocidade e do avanço de seu uso no mundo, a chamada Era das comunicações. A tecnologia e o crescimento do acesso aos veículos de comunicação trouxeram inúmeras implicações para o ser social, que recebe variedade de conceitos, valores, numa velocidade assustadora. Esse fato deve ser analisado, em razão da sua influencia em meio a essas eventualidades, pois o uso desse meio de comunicação pode ser benéfico ou não, podendo representar um perigo, a partir do momento que influencia as percepções humanas.

As informações invadem os lares, trazendo novos princípios para as famílias, que é o fundamento da sociedade. Sua utilização pode ser útil em vantagens para acontecimentos de repercussão mundial, mas o uso inadequado da rede pode representar consequências serias para a sociedade, como os cometimentos de delitos, objeto de estudo deste trabalho.

Análise das ocorrências

A análise da ocorrência tem como estudo os dois casos citados a cima, que tiveram grande repercussão nas redes sociais e nos principais sites de notícias, devido aos inúmeros compartilhamentos nas redes.



Desse modo, procuramos investigar as páginas de pessoas próximas as vítimas e das mesmas, para saber se elas atingem a sociedade com suas fotos e seus posts. Escolhemos dois períodos pra a realização da análise, uma semana antes das ocorrências e semanas depois da violência ter ocorrido.

Caso da jovem de Sorocaba

No período que antecede o ocorrido, notamos na página da jovem de Sorocaba, que a mesma posta inúmeras fotos ao longo do dia com subtítulos, “Sou linda”, isso pode se tornar provocador aos olhos de quem vê. Isso remete ao valor do indivíduo, o que pra ela pode ser uma forma inocente de postar suas fotos, seus posts e comentários, para outros pode ser interpretado como provocação e exibicionismo. Esse modelo de prejulgamento inserido na sociedade vem se disseminando cada vez, mais. Neste mesmo caso, ao buscarmos nas redes sociais, vimos diversas pessoas compartilharem a notícia com a seguinte frase “deveria ter apanhado mais”, outras comovidas com o acontecido “justiça”, ao repararmos que a própria mãe da vítima fez diversos posts do ocorrido e um deles foi com um vídeo da reportagem de um telejornal local com a notícia “pra quem não viu o que a recalcada fez”. Segundo Richard, isso é uma ação performática;

Performances são feitas de porções de comportamento restaurado, mas cada performance, é diferente de qualquer outra. Primeiro determinadas porções do comportamento podem ser recombinaadas em um número sem fim de variações. Segundo, nenhum evento consegue copiar exatamente outro evento. Não apenas o próprio comportamento - nuances do humor, tom de voz, linguagem corporal, e daí por diante, mas também a ocasião específica e o contexto fazem com que cada caso seja único (SCHECHNER, Richard. 2006. P.4)

Nesta ação performática da mãe da vítima nota-se o ressentimento em seu discurso de ódio sendo articulada na sua publicação do facebook, tentando mostrar que a agressora é reprimida ao invejar a beleza de sua filha.

Ainda analisando o caso da jovem de Sorocaba por ter acontecido no Brasil pelo fato da página da mesma ainda esta disponível nas redes sociais.



Assim, com o objetivo de entender como algo que deveria ser visto como bom ou positivo, passa a ser motivo de intriga, desrespeito violência, desmoralização da conduta e outros fatores negativos, traz-se um pensamento sobre valores de Dewey;

Tudo aquilo que se presume tenha legítima autoridade na orientação da conduta. (JOHN DEWEY. 2012.P.84)

Em alguns momentos, percebe-se a em pregação desse valor, sendo que a sociedade impõem padrões de beleza, hoje vemos mulheres independentes, confiantes e distribuindo confianças, como por exemplo, hoje temos uma mulher presidente do Brasil, Dilma Rousseff, entre tantos outros exemplos de mulheres no comando de empresas, entre outros. O conceito de mulher, dona de casa, mãe e esposa, mudou. As mulheres ainda são mães, esposas e dona de seu lar, assim, junto a tudo isso, as conquistas das mesmas são constantes, e a quebra de tabu são diárias, em meio a avalanche cultural em que temos vivido. Logo aparecem as cobranças a si mesmo para atingirem os padrões de beleza impostos pelas mídias, tem de certa forma prejudicada em todos os sentidos, tanto psicológica, como em seu corpo. Os meios de comunicação tem imposto um estereótipos padrão de beleza feminina, os comerciais, desfile, novela, propagandas tem mostrado que para ser aceito na sociedade deve ser magra e vestir manequim 36.

Sendo assim, no ato da agressão, nota-se uma suposta “autoridade” da agressora sobre a vítima, tornando assim a vítima inferior, sem poder ou voz para dar orientação ou até mesmo se explicar com sua fala para não ser agredida. A agressora teve a presunção de achar que estava sendo provocada, e por ela estar sendo provocada deveria se defender de alguma forma, ter alguma orientação em relação á essa suposta “provocação”, e para a mesma, a forma que foi encontrada para dar essa orientação e/ou opinião, foi através da agressão. Isso também reflete a dominação de poder da análise comunicacional.

Logo, podemos analisar e comparar os dois casos das jovens, vejamos: as agressoras das vitimas tem quase a mesma fala quando agridem, podemos ver isso em relação performance do individuo, analisando os fatores influentes na ação e julgamento de cada ser. Para melhor compreensão um trecho da obra de Schechner para exemplificar outra parte abordada no trabalho.



Realizar Performance é exhibir-se, chegar a extremos, traçar uma ação para aqueles que assistem.
(SCHECHNER, Richard. 2006. P.2)

As postagens de fotos nas redes sociais da jovem de Sorocaba é uma ação performática, pois no momento em que ela posta as fotos e as descrevem, ela passa através dessa ação sua exibição, seu perfil, sua maneira de viver.

Para a agressora, isso foi algo ofensivo, algo provocativo que não deveria ser feito. Os motivos de isso ter provocado a mesma, são diversos e somente ela pode dizer com exatidão o que a levou a cometê-los.

O ato de agredir a jovem, foi a performance usada pela agressora para se defender, pois para ela não existia forma melhor de se exhibir e chegar ao seu extremo, mostrando para que veio e porque veio. Entende-se também que o ato de ter gravado a briga e lançado na internet foi a maneira de se vingar, não bastava só agredir a jovem, mas sim que todos vissem a mesma apanhando.

Considerações finais

Após a revisão e análise dos casos, contatamos que o estudo em questão mostrou que os conceitos de beleza e da feiura ainda persistem nas sociedades atuais tanto as mídias como o sua principal construção para reprodução do discurso acerca de temas. A influência das mídias foi vista no decorrer dessa pesquisa, como um dos fatores que levam as pessoas cometerem certas crueldades, pelos psicólogos frente a esses indivíduos nota-se que essas pessoas têm uma apreensão obsessiva por não conseguirem chegar a beleza imposta e por isso acabarem sentindo inveja, aonde se vê o desejo incontrolável de destruir o outro, a beleza do outro. Com a construção deste artigo pretende-se desenvolver a reflexão que sejamos, pessoas, críticas e não nos deixarmos influenciar por tudo aquilo que vemos, reconhecendo a importância dos meios de comunicação como parte de nossa evolução pessoal, entretanto não podemos estar sempre predispostos a eles. Devemos possuir nossa própria autonomia, nossa própria identidade.



Sendo assim, ao abordar desse tema significa que devemos pensar, discutir e construir possibilidades de novas descobertas a partir da comunicação enquanto constituidora da vida social com seus afetos, desafetos, amores e ódios. Valores em ação vistos no processo comunicacional analisado.

Referências Bibliográficas

FRANÇA, V. R. V. A TV e a dança dos valores: roteiro analítico para tratar da relação entre televisão e sociedade. Belo Horizonte (MG): Autêntica Editora, 2012.

HOLFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera Veiga Teorias da Comunicação: conceitos, escolas, tendências. 7. Ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

GRACIANO, Jane Erny de Castro e O Conceito de Valor na Ética de John Dewey, 2012.

ECO, Umberto. **História da Beleza**. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.

Documento de acesso exclusivo em meio eletrônico (base de dados, listas de discussão, BBS (site), arquivos em disco rígido, programas, conjuntos de programas e mensagens eletrônicas etc.)

JORNAL O GLOBO “MARINA COHEN”. **Não Me Sinto Segura**. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/nao-me-sinto-segura-para-voltar-escola-colegas-dizem-que-mereci-agressao-13957046> > Acesso em: 31 dezembro 2014.

JORNAL O GLOBO. “O Globo”. **Vai ficar como o Chucky**. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/vai-ficar-como-chucky-dizem-agressoras-de-jovem-ferida-por-ser-bonita-na-argentina-14094819> > Acesso em: 31 dezembro 2014.

O QUE É PERFORMANCE? “Richard Schechner”. 2006. Disponível em: <http://www.performancesculturais.emac.ufg.br/up/378/o/O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf > Acesso em: 8 de janeiro de 2015.

