



A Estética do Medo: Poder e Comunicação do Estado Islâmico¹

Fabio Luiz Witzki²
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Os fatos ocorridos nas regiões onde age o chamado Estado Islâmico, com a captura de cidadãos de diferentes países, expostos como moeda de troca em vídeos publicados na internet, instalaram um debate universal com vozes amparadas nos direitos humanos, religião, filosofia, política, liberdade, relações internacionais e uma série de outros temas. Entre eles, o germinar uma forma performática, cenográfica, discursiva e midiaticizada de guerra informacional, onde a comunicação exerce uma função estratégica entre o grupo fundamentalista. A “estética do medo” presente nos vídeos publicados transpassa a função de apresentar as reivindicações do Estado Islâmico para impregnar sensações reais de repulsa a cada nova franquia audiovisual de violência, aferindo ao grupo rebelde poder de dominação. Unindo brutalidade à produção cinematográfica e distribuição digital dos seus vídeos, utilizando estratégias virais de recrutamento e impondo aos dominados suas crenças, o grupo avança sua presença local e global.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; fundamentalismo; estética; performance

O presente estudo não se ocupa das causas históricas, religiosas ou filosóficas que deram origem aos massacres dos reféns do chamado Estado Islâmico³ (EI), porém, não se furta da compreensão de que tais motivações resultam implicações no que adiante será apresentado como “estética do medo”, presente nos vídeos que apresentam o poder dos rebeldes. Tampouco serão debatidos exclusivamente temas como religião ou política, muito embora essas duas últimas possuam exemplos históricos e contemporâneos aos que apresento, com a publicidade e a propaganda⁴ exercendo função de catequese e venda ideológica. As interfaces entre a comunicação, o discurso fundamentalista e as estratégias próprias de comunicação utilizadas pelos extremistas, a fim de demonstrar sua força de dominação, compreendem um campo vasto de estudo

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, email: fabio.witzki@utp.br

³ O grupo de rebeldes recebe essa denominação no ocidente, sendo atribuídas a ele as denominações de Estado Islâmico do Iraque e do Levante (EIIL) e, ainda, Estado Islâmico do Iraque e da Síria (EIS) .

⁴ Entende-se aqui que os termos não são sinônimos. As funções de tornar um evento/sujeito público (publicidade) e propagar uma ideologia, como a religiosa (propaganda) são complementares em estratégias persuasivas (GONÇALVES, 2009).



com desdobramentos na análise estética, na comunicação em rede, na propaganda ideológica/religiosa e na constituição de uma cultura/regime fundamentalista centrada num projeto de Califado. Por vezes a cultura se mostra numa constituição quase sólida, como na literatura grega em mais de dois mil anos. Por outro lado, pode-se supor influências entre modos de vida que vão e vêm nos inúmeros produtos de comunicação geridos e gerados em diferentes continentes, de tal forma que na constituição de um poderio psicológico, as forças do grupo fundamentalista se concretizam em modos de produção da sua comunicação através de modelos estéticos cinematográficos e distribuição em rede.

O Estado Islâmico

A formação de Estado Islâmico tem origem no oriente médio, onde um grupo de rebeldes fortemente armados opera a dominação de territórios islâmicos no Iraque e na Síria. Utilizam a força como aliada e os ensinamentos do alcorão como filosofia. Sua característica fundamentalista consiste na observância cega dos ensinamentos do Islamismo em detrimento de suas evoluções filosóficas. Fruto disso, rejeitam qualquer outra religião, excluem a mulher a qualquer direito, exercem a dominação à base da força e da conversão ao Islamismo. Capturam e condenam à morte aqueles que rejeitam suas imposições filosóficas e utilizam um argumento peculiar como estratégia de convencimento psicológico dos povos que desejam dominar: a publicidade dos seus feitos. Além disso, buscam financiamento através da negociação de reféns e a propaganda das suas convicções em materiais impressos e eletrônicos onde se encontram as diretrizes/leis a serem seguidas. Por último, muito embora esse seja a primeira característica da sua dominação, em cada território dominado pelo grupo a bandeira preta está presente, numa clara relação de dominação.



(figura 01). militante do EI exibindo em uma mão o rifle e em outra a bandeira. Fonte: Reuters.

Como extremistas, recriaram um antigo sistema conhecido como Califado, onde o seu líder é o substituto do profeta Maomé, ou seja, trata-se de uma guerra religiosa ordenada por um líder considerado supremo que está acima de qualquer lei.

Após a saída das tropas americanas do Iraque o grupo se fortaleceu ampliando seu território de dominação na região. Desde 2011 os ataques a povoados, assassinatos em massa e as atrocidades contra reféns formam o pano de fundo da progressão do grupo no território de fronteira entre Síria e Iraque. Por onde passam, a fuga em massa da população é, possivelmente, a imagem mais desoladora com milhares de inocentes procurando refúgio.



Figura 02, à esquerda população Iraquiana foge para Síria em busca de refúgio. Fonte: Reuters. Figura 03 à direita, rebeldes do Estado Islâmico marcham em região dominada pelo regime. Fonte: Reuters.

Nações como os Estados Unidos e o Reino Unido declararam o Estado Islâmico como grupo terrorista enquanto a ONU atenta para a repetição de genocídio que os militantes vêm promovendo, sem poupar crianças e idosos, com abuso sexual de mulheres, entre outras transgressões aos direitos humanos.

Reféns à mostra

Se não bastasse a coleção de atos realizados pelo grupo, que causam abominação ao restante do mundo, os líderes do regime se especializaram em estratégias de guerrilha nas quais cidadãos civis de outras nacionalidades se tornam peças de coleção. Dominados pelo grupo, tornam-se moeda de troca em negociações mediadas pelos vídeos postados na internet.

A cronologia das capturas e assassinatos de reféns soma, entre outros, o jornalista norte americano, James Foley, cuja morte inaugura a série de brutalidades cometidas pelos rebeldes e capturada por suas lentes. Em quatro de agosto de 2014, o vídeo onde o jornalista é apresentado vestido de laranja, ajoelhado ao lado de um rebelde vestido de preto com capuz na cabeça, foi divulgado. Como cenário, um imenso deserto divide espaço com o céu azul e, ao centro, as personagens enquadradas. Após

apresentar sua vítima e suas razões, a morte anunciada acontece, pela primeira vez, pelas mãos do homem de preto. O vídeo intitulado “Uma mensagem aos Estados Unidos”, com a morte do jornalista, foi publicado num site árabe, porém, sem sucesso para identificação do local, ou mesmo nome do carrasco.



Figura 4. James Foley, de laranja, nos instantes antes da própria morte. Fonte: archive.org.

O segundo atentado contra reféns foi divulgado no dia dois de setembro. Steven Sotloff, também jornalista, foi submetido ao mesmo processo. Ajoelhado, de veste laranja e ao lado do mesmo homem de preto é condenado. Do vídeo onde sua morte é divulgada, porém, além da clara referência ao primeiro caso citado anteriormente, há um, cuja presença, não apenas será identificada em outros vídeos, mas, possui significado especial. Trata-se da imagem da bandeira do Estado Islâmico que se move no canto superior esquerdo do vídeo, como se estivesse presa a um mastro. Por outro lado, no canto superior esquerdo, a marca do grupo de inteligência e monitoramento americano SITE (SITE Intelligence Group).



Figura 5. Segundo refém assassinado, Steven Sotloff, ajoelhado ao lado do guerrilheiro.



Os casos se repetem com a divulgação na internet de mais reféns assassinados, David Haines, agente humanitário, capturado, morto no dia quatorze de setembro, poucos dias após a última morte e com as mesmas características de registro. Esse vídeo foi intitulado “*Uma mensagem aos aliados dos Estados Unidos*”.

Se não bastasse a morte do agente humanitário, a trilogia das “mensagens” teve dois novos episódios. Em dezembro de 2014, com a morte do japonês Haruna Yukawa e em janeiro de 2015, dessa vez, “*Uma mensagem ao governo do Japão*”, foi o vídeo que divulgou a morte do jornalista japonês Kenji Goto, veterano nas coberturas de guerra.

Hipoteticamente, seguindo um padrão de capturas e assassinatos, muitos outros casos devem ser registrados após a conclusão do presente artigo, no entanto, para fins de análise vamos nos servir dos exemplos expostos até aqui para postular algumas conjecturas teóricas acerca do uso da tecnologia para fins de dominação.

Os casos envolvendo a morte dos reféns e a publicação dos vídeos onde os rebeldes demonstram poder e citam palavras de ordem, sugerem um domínio, por parte dos integrantes do EI, de técnicas para produção de vídeo, não apenas em sua captação, mas, edição, cenografia, figurino, linguagem e roteirização. A união desses elementos confere aos materiais produzidos não só unidade, como numa franquia⁵ cinematográfica do gênero de terror, pode-se supor que tais “estratégias” fazem parte de uma campanha de propaganda das suas ideologias, dizendo às demais culturas do que são capazes enquanto impõem aquilo que acreditam. Ao separarmos cenas dos vídeos publicados é possível identificar mostras dessa estratégia, que aqui nomeamos como “estética do medo”.

A estética do medo

A imagem a seguir foi produzida a partir do portal de notícias G1. Nela, destaca-se a chamada atrás do apresentador do Jornal das Dez⁶, intitulada pelos editores daquele telejornal de “*mensagem do terror*”. Nessa figura, aqui trazida, resume como são interpretados (pela imprensa brasileira) tais acontecimentos no território dominado pelo EI. Não credito à emissora tal responsabilidade, tampouco desprezo outras vozes que podem revelar diferentes interpretações. Não se trata da análise de um embate cultural, ideológico, religioso ou motivado por qualquer outra forma de julgamento. Trata-se da

⁵ As franquias são séries de filmes produzidos a partir de uma linha condutora que pode residir no enredo ou mesmo nas características estéticas.

⁶ O Jornal das Dez é um programa jornalístico da emissora Globo News, transmitido diariamente pela emissora, apresentando notícias do Brasil e, também, a cobertura dos principais fatos ocorridos no mundo.

descrição do terror constituído, não institucionalizado, mas, que gera diariamente novos fatos, como um caderno de notícias policiais, políticas ou sociais, assistido no Brasil que, em que pese suas mazelas, é reconhecido por um estado de alegria do seu povo.



Figura 6. A “Mensagem do Terror” exprime a crítica à exposição gratuita da violência no EI.

Pode-se supor a sucessão de fatos, tão comum quanto uma campanha eleitoral estrangeira, um discurso Papal, ou fatos de ordem econômica ou científica. A revolução imposta naquele território e o crescimento dos exércitos que constituem aquela frente de dominação já se organizam nas notícias como mais uma notícia, mais um assassinato, mais um piloto, mais um jornalista, mais um pacifista, mais uma mulher, mais uma criança e assim sucessivamente.

Esse posicionamento das forças guerrilheiras como protagonistas de um novo formato de terror não é gratuito entre os povos de outras nacionalidades. As produções realizadas pelo Estado Islâmico para serem postadas na internet são realizadas a partir de estratégias próprias de edição, posicionamento de câmera e, supostamente, dirigidas a partir de roteiros com o objetivo de apreender a atenção de um espectador. As “mensagens do terror” seriam, dessa forma, o espelho do *mainstream* do terror. As próximas imagens (figura 7 a figura 13), obtidas a partir das reportagens que surgiram na cobertura dos atos realizados pelo EI apresentam dois momentos distintos da produção onde o primeiro sugere um “trailer” cinematográfico, apresentando as próximas vítimas do massacre, e o segundo momento a própria exibição da obra. Nos dois momentos, é possível identificar a utilização de duas câmeras filmadoras, o cenário de deserto ao fundo, as vestes laranja para os reféns e a túnica preta do terrorista. A bandeira do EI no canto superior direito da tela e a faca que protagoniza, em alguns momentos, a tenção entre a vida e a eminência da morte.



Figura 7. Vídeo publicado pelo EI onde o terrorista apresenta os reféns em seu poder.

Inclinando a cabeça para a esquerda e empunhando a faca com a mão esquerda o terrorista aponta para a câmera numa atitude de liderança, como se apontasse naquele momento os culpados pelo ato que semanas após ocorreria. Os reféns, ajoelhados ao lado do terrorista, vestidos com vestes laranja se mantêm inertes ao poder demonstrado e são coadjuvantes ao implorar para que o governo do seu país cumpra as exigências para sua liberdade.



Figura 8. Imagem de outra câmera do mesmo vídeo postado.

A faca em alguns momentos é a protagonista, apontando ora para um e outro refém. À esquerda, uma das vítimas demonstra estar mais abatido e inseguro, como numa previsão do seu próprio destino. Por outro lado, com a faca na sua direção, o outro refém fixa os olhos na outra câmera como se buscasse, assim como o terrorista, encontrar a atenção daqueles que supostamente teriam o poder para a sua libertação, ou talvez, numa demonstração de centralidade e aceitação com dignidade da sua condição. Esse olhar fixo na câmera despreza seu carrasco, assim como a atitude heroica daqueles que enfrentam os perigos em nome da honra e na construção de um personagem envolto numa fortaleza. Mesmo após abatido, mais tarde, sua imagem seria lembrada pela firmeza com que aceitou seu destino, o que será mostrado na próxima sequência.



Figura 9. Vídeo intitulado “Uma mensagem ao Governo Japonês”

Em um novo cenário, o que se assemelha a um vale entre montanhas no deserto, um novo vídeo é produzido para apresentar a morte de mais um refém dos terroristas. Semelhante ao vídeo descrito anteriormente, o protagonista e o refém se mantêm em seus personagens respectivamente carrasco e condenado. Há uma ligação entre eles que reside na mão do terrorista que segura com firmeza o refém, o que sugere uma ação que irá além do pedido de resgate ou crítica a outro governo. A faca apontada para a câmera está direcionada para aqueles que poderiam ter impedido mais esse espetáculo do terror.

Ela ganha status de instrumento de apoio do terrorista, como uma caneta para um palestrante, ou mesmo uma extensão da sua própria mão.



Figura 10 à esquerda e 11 à direita. Em outro plano, o terrorista anuncia mais uma morte.

Em outro ângulo, obtido por uma segunda câmera, o terrorista anuncia as cenas que serão vistas em seguida. A opção por uma segunda câmera é uma estratégia comum no videodocumentário onde se mostra, em cena, a atitude de quem está sendo filmado interagindo com a câmera. Nesse momento o terrorista apresenta a faca utilizada no assassinato, numa demonstração de poder daquela arma em suas mãos, capaz de diferenciar o forte do fraco, o dominador do dominado. Não há céu, tampouco uma linha de horizonte em quase toda a sequência do vídeo. Sem horizonte, a cena se mostra como um fim de estrada ou um vale de difícil acesso e fuga.



Figura12. O refém fecha os olhos segundos antes sua morte.

Com a imagem fechada no terrorista que se inclina em direção ao refém, a cena antes da morte é marcada pelos olhos fechados da vítima como num prelúdio da própria morte. Ele cerra os olhos a fim de minimizar a dor ou tornar sua carne resistente ao golpe do seu carrasco. Não há perdão, consolo ou dignidade naquela cena. Há um desfecho premeditado, produzido, editado, transmitido, midiaticizado, roteirizado, quase encenado e performado por dois personagens e um objeto que os une, ao mesmo tempo que os separa. Num lugar que é o não lugar transitório (AUGÉ 1994) que assiste ao triste fim de um olhar heróico que resistiu até que o fio de uma faca revelasse sua natureza humana aflita, triste e resignada. Sem uma resposta daqueles que eram apontados pelos gestos do carrasco, padece um corpo laranja nas mãos de um terror negro, que se comunica em inglês britânico, e utiliza a forma mais antiga de dominação (a força) combinada com estratégias contemporâneas de comunicação tendo como discurso suas mensagens de terror.

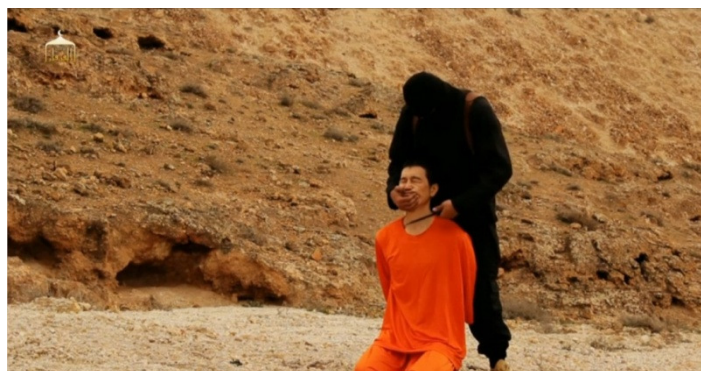


Figura 13. A sequencia tem fim com morte de mais um refém do EI.

Por fim, com a estratégia da segunda câmera o editor nos coloca no lugar de *voyeur* daquela cena. Deixamos o papel de espectadores das mensagens antes enviadas ao governo japonês para um deleite presencial de um domínio do terror sob qualquer forma de vida que se punha em seu caminho ou se opunha às suas mensagens.



Comunicação e conflito

Inserir o contexto das estratégias do Estado Islâmico nos pensamentos contemporâneos da comunicação é um exercício lapidoso, dado os desdobramentos possíveis em publicidade; performance; produção audiovisual; comunicação e sociedade tecnológica; discurso; recepção; comunicação e as relações internacionais, comunicação e cultura/religião entre outros aportes teóricos capazes de abarcar o tema ante apresentado.

Partimos da premissa de que o movimento articulado pelo grupo islâmico não se trata de uma investida absolutamente nova na história mundial e sim de uma recorrência na disputa. O filósofo esloveno Slavoj Žižek, no conjunto de sua obra, debate, entre outros temas, o totalitarismo e o fundamentalismo. Para ele, o totalitarismo equivale ao combate dos radicais livres. Numa analogia biológica ao corpo humano, o corpo social, nas vias totalitárias, combate diferentes formas de cultura, raças ou religião em busca de um funcionamento ordenado (ŽIŽEK, 2013). Sob a premissa de um contexto histórico a cerca do totalitarismo revisita, entre outros momentos da história, o holocausto e o massacre dos judeus, no entanto, com as devidas distinções, o que assistimos hoje ocorre no ordenamento entre a sociedade midiaticizada, ou sem risco uma “sociedade mídia” e a utilização de formas primitivas de violência capturada, editada e performada nos vídeos do EI; por outro lado, o que se sabe do massacre dos judeus reside nos documentos históricos, na memória dos sobreviventes e nos inúmeros filmes que tratam de forma ficcional ou documental aquele assunto.

Guardadas as diferenças históricas entre as duas formas de imposição do totalitarismo, em comum elas comungam a utilização da propaganda como forma de aspergir seus idealismos em diferentes frentes como a busca por apoio financeiro; recrutamento de combatentes e catequese aos povos dominados, por exemplo. Por sinal, a propaganda é a uma ferramenta recorrente utilizada por países capitalistas para fins de guerra, justificando seus investimentos em armamentos e capital humano. Uma das iniciativas mais lembradas é a campanha do governo dos Estados Unidos durante a primeira guerra com um cartaz intitulado “I want you”.

Saindo dos limites da propaganda, sem o interesse no discurso idealista dos vídeos postados, passamos ao entendimento de que além de um esforço de divulgação dos seus atos, há um contexto comunicacional amplo que permeia a publicação dos vídeos pelo grupo terrorista. Trata-se da observação dos fatos a partir da ótica de que vivemos uma sociedade midiática, ou midiaticizada, como apresenta a obra organizada



pelo pesquisador brasileiro Dênis de Moraes, com importantes contribuições de Mattelart, Kellner, Galeano, Orozco Gomes, Barbero, Sodré entre outros expoentes do pensamento comunicacional. Vemos presente no objeto descrito a hipótese de que

a sociedade contemporânea (dita “pós-industrial”) rege-se pela mediatiza o; quer dizer, pela tendência   virtualiza o das rela oes humanas, presente na articula o do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunica o. A estas deve-se a multiplica o das tecnomedia oes setoriais. (SODRÉ, 2006, pg 20)

Alinhado ao pensamento de Sodré, Mattelart indaga a chamada “nova ordem mundial da informa o” apontando para um novo enunciado enraizado na existência de sociedades do saber, ou do conhecimento para ele

a sociedade global da informa o se desvanece diante da multiplicidade dos modos de apropria o social dos artefatos da comunica o que traduzem a singularidade das histórias, das línguas, da cultura (MATTELART pg 235).

Se assistimos atônitos ao massacre dos reféns do EI, indignados e aflitos por outras mortes que não foram anunciadas, sequer registradas ou contabilizadas, confirmamos os fatos de que a nossa tradu o e uso da tecnologia   operada de outras formas e com outros signos. De fato, não se trata de um movimento global de informa o quando um novo vídeo   postado, por outro lado, a oes como entretenimento, a prática do selfie⁷, o uso dos sites de relacionamento, a economia colaborativa, o comércio eletr nico, blogs diários e os grandes portais de notícias podem, de fato, servir aos objetivos do terrorismo. O que se coloca em debate ultrapassa as fronteiras do totalitarismo para dentro dos muros, mais restritos, do individualismo – mesmo que com certo conflito entre ambos, ou talvez, o totalitarismo encontra nessa nova “sociedade dos saberes” novos significados.

Na constitui o genética das mensagens do terror residem ainda os genes da sociedade do espetáculo (DEBORD, 2003). As produ oes audiovisuais criadas e divulgadas pelos terroristas, conforme descritas, equivalem em sua medida às produ oes do cinema realizadas em série e destinadas para um público específico, determinadas muitas vezes por interesses financeiros e patrocínios. O fato de tr s dos vídeos postados possuirem a mesma denomina o “uma mensagem para” deixa evidente um propósito não apenas especulativo com o público a que se destina um ou outro vídeo, mas confere a identidade ou marca ao produto criado, alem disso, a produ o sugere a representa o

⁷ O Selfie, ou prática do autorretrato, se popularizou em sites de relacionamento como Facebook e Instagram onde essas fotos retratam o cotidiano dos usuários.

por parte do terrorista, como se estivesse ali um personagem encenado, performado. Para Brasil (2010) a vida cotidiana é convocada a performar a si mesma diariamente em games, nas redes sociais, nos documentários e, possivelmente, nas mensagens do terror a que se refere o presente artigo. Ainda que a vida cotidiana no território onde encontra-se o Estado Islâmico não se compare ao cotidiano em países de outros continentes, como Brasil e Estados Unidos, por exemplo, pode-se supor que a performance, ou como apresentado na descrição dos vídeos, a atitude do terrorista se aproxima gestualmente de referenciais como o estilo norte americano Hip Hop, trazido abaixo de forma ilustrativa e comparativa sendo que, da esquerda para direita temos o rapper americano Já Rule, ao centro o cartaz da campanha americana na primeira guerra mundial e à direita um recorte do vídeo onde o refém japonês é assassinado.



Fig. 14 Rapper Já Rule



Fig. 15 Campana I want You



Fig. 16 Recorte de vpideo do EI

Com a cabeça inclinada à direita, mão fechada e de veste branca o Rapper demonstra seu estilo crítico e de confronto. Ao centro o cartaz é direto e utiliza a linguagem verbal para reforçar sua mensagem. Já à direita o terrorista aponta com a faca enquanto inclina a cabeça para esquerda.

Considerações finais

De fato, os caminhos de uma pesquisa que analise de forma classificatória ou qualificando o discurso, a estética ou os mecanismos de comunicação utilizados para criação e fortalecimento das mensagens do terrorismo, se configuram um percurso inevitavelmente social, cultural, sociológico e, por vezes tangenciando aferições pessoais de julgamento, porém, avaliar as possibilidades de estudo em teorias, metodologias e desdobramentos de análise que esse estudo suporta pode fomentar um novo pensar para os estudos da comunicação e em quais interfaces se encontram possíveis respostas para as práticas descritas. Deve-se valer, em tempo, dos estudos já



realizados a fim de analisar a cobertura jornalística internacional de temas relacionados como o Islamismo, por exemplo, com resultados que sugerem o amadurecimento na forma como esse tema, em específico, é tratado. De certa forma, o terrorismo ou o Estado Islâmico e seus atentados à vida fornecem importantes debates principalmente e questionamentos que ultrapassam os motivos ou motivações do terrorismo, mas, estaria surgindo naquele grupo em especial, um novo formato de promoção do terror? Estamos assistindo a um espetáculo do terror ou a gênese de novas práticas de terrorizar, pautadas em signos capitalistas e fundamentadas em ferramentas “sociais” de distribuição de conteúdo? A sociedade tecnológica performa novos atores terroristas com sua mensagem global onde todos se condicionam à condição de emissores e, alguns mais que outros, de forma estratégica, ampliam seu alcance (audiência) através da edição e criação de vídeos em moldes americanizados?

REFERÊNCIAS

- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.
- BRASIL, André. **Formas de vida na imagem**: da indeterminação à inconstância. Revista Famecos V. 17, Porto Alegre, 2010.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. EbookLibris, 2003. Disponível em: cisc.org.br/portal/biblioteca/socespetaculo.pdf
- GOMES, Ingrid. **A cobertura jornalística do Islamismo**: narrativas marginalizadas e moralizantes. Intercom – RBCC, São Paulo, 2014.
- MORAES, Dênis ORG. **Sociedade Mídiaizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- ZIZEK, Slavoj. **Alguém disse totalitarismo?** São Paulo: Boitempo, 2013.
- _____. **Vivendo no fim dos tempos**. São Paulo: Boitempo, 2012