

*Ketlyn R. da Silva  
Alfradique*

Graduanda em Relações Internacionais pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e membro do corpo editorial do Cosmopolítico

## O GRADUAL PROCESSO DE “DESAMERICANIZAÇÃO” DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA BRASILEIRA

### 1 INTRODUÇÃO

A Saída dos Operários da Fábrica Lumière (1895) e Chegada de um Trem à Estação de la Ciotat (1895) foram os primeiros curtas a serem exibidos em sessões cinematográficas no final do século XIX na capital francesa, pelos irmãos parisienses Auguste Marie Louis Nicholas Lumière e Louis Jean Lumière, considerados por muitos os pais do cinema ocidental. Desde então, o mundo cinematográfico tem se transformado e se expandido constantemente, assumindo um papel de extrema importância não somente em questões culturais, mas também incorporando a si um papel político. De acordo com o termo soft power, utilizado pela primeira vez pelo cientista político norte-americano Joseph Samuel Nye em 2004 em sua obra *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, as nações possuem, além de sua força coercitiva, ou seja, sua força econômica e militar, a habilidade de atrair e/ou persuadir outras nações através de meios “brandos” como a cultura e seus ideais políticos (NYE, 2004, p. 5).

O American Way of Life foi um importante instrumento da política externa norte-americana. Foi responsável por estabelecer um padrão de beleza, de gostos, de comportamento... A ideia estadunidense de felicidade através do consumo se consolidou nas famílias latino-americanas e permanece até os dias atuais. No Brasil,



o processo de americanização foi intenso: as produções televisivas, os cinemas, as rádios, as músicas, as maiores fontes de cultura foram bombardeadas com a influência externa. Cresceu a procura e a necessidade de aprendizagem do idioma anglo saxônico e a classe média brasileira passou a viajar cada vez mais para o norte da América. Nye afirma que a esfera de influência norte-americana na América Latina foi mais uma vez reforçada “quando Franklin Roosevelt acrescentou o poder brando de sua ‘política da boa vizinhança’” (NYE, 2004, p. 9). A “política da boa vizinhança” citada por Nye foi uma estratégia norte-americana implementada por Roosevelt com o objetivo de substituir as intervenções militares no continente americano por relações baseadas na diplomacia e através da aproximação cultural.

Segundo Nye, as mensagens políticas podem ser transmitidas por imagens retratadas pela televisão ou pelo cinema. O autor afirma que “imagens geralmente transmitem valores com mais força do que palavras, e Hollywood é o maior promotor e exportador de símbolos visuais do mundo” (NYE, 2004, p. 47, tradução nossa). O impacto, tanto cultural quanto político, do cinema foi aprofundado especialmente durante a Segunda Guerra Mundial.

De acordo com o historiador Rodrigo Medina Zagni (2008), o cinema durante a Segunda Guerra Mundial foi:

[...] uma importante arma para operacionalizar a mudança da imagem que as repúblicas latino-americanas haviam conformatado dos EUA, a partir de um histórico de conflitos, intervencionismos e isolamento econômico de suas políticas para a América Latina [...]. (ZAGNI, 2008, p. 68)

Dessa forma, os filmes hollywoodianos foram usados como uma ferramenta importante para as propagandas (e anti-propagandas) de anseios norte-americanos. Iniciava-se, então, uma nova forma menos violenta e direta e mais sutil de imperialismo. O controle não seria somente através da força bruta e impositiva, mas de uma difusão de valores políticos e ideológicos, transmitidos através de atrativos culturais quase imperceptíveis, sendo a indústria cinematográfica como sua maior projetora (NYE, 2004, p. 13).

Segundo Zagni, a Walt Disney pode ser considerada um “agente especial da boa vizinhança” (ZAGNI, 2008, p. 7) através da criação de personagens que “concentrassem os traços característicos do que se pensava como uma identidade latino americana” para que, assim, se criasse uma relação de familiaridade e auto reconhecimento do público com os conteúdos produzidos. Mais do que uma penetração cultural direcionada à América Latina, “tratava-se de uma estratégia multideterminada, mas com um fortíssimo viés político, como política de Estado” (ZAGNI, 2008, p. 72).

Nos Estados Unidos, com a criação da agência que promovia a cooperação interamericana, a Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA), pode ser visto mais claramente e exercido de forma mais prática o controle almejado pelos norte-americanos. O objetivo do órgão era elaborar e promover projetos de aproximação dos Estados Unidos com a América Latina. No Brasil,

essa cooperação foi vista de forma mais clara através da atuação e do apoio do DIP, Departamento de Imprensa e Propaganda, criado em 1939 durante o governo Vargas, que tinha como um dos seus maiores objetivos controlar e censurar a produção cultural do Brasil, centralizando e controlando a propaganda nacional, interna e externa, ou qualquer manifestação cultural brasileira. Segundo Zagni (2008), a cooperação do órgão

brasileiro em conjunto com o órgão estadunidense tinha como objetivo promover "desde um intenso controle à imprensa e sua conversão para a exaltação dos valores estadunidenses, até a elaboração de cartilhas escolares e a implementação da obrigatoriedade do ensino do idioma inglês nas escolas." (ZAGNI, 2008, p. 74).

## 2 INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA BRASILEIRA E AS LEIS DE INCENTIVO

Segundo a análise de Earp e Sroulevich em O Mercado de Cinema no Brasil, a história do cinema brasileiro pode ser dividida em três fases: a era de ouro (1971-1987), na qual houve o início de uma intervenção mais forte pelo Estado no mercado cenográfico através do Instituto Nacional de Cinema, da Embrafilme e do Concine e a produção nacional dominou quase 20% do cinema mercado durante esse período; os anos de chumbo (1988-1995), período onde os pacotes de medidas aplicadas pelo então Presidente Fernando Collor de Mello pôs fim aos incentivos governamentais nas áreas culturais; e, por fim, o período conhecido como a retomada (de 1996 em diante).

É importante ressaltar que o processo de desamericanização das produções cinematográficas que chegam e são produzidas em nosso território - porque até mesmo as produções em seu próprio território podem sofrer grandes influências externas -, não é somente uma questão cultural, senão política. Incentivar a produção nacional também é um ato político de preservação de história, identidade e valores compartilhados. É a partir dessa mentalidade que durante o período da retomada é instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) através da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que tem como alguns de seus princípios:

II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais; III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores; IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional.

Sendo assim, a Lei de Incentivo à Cultura, também conhecida como a Lei Rouanet, foi pensada com o objetivo de estimular a produção cultural através de investimentos diretos e indiretos do Estado, também estimulando o setor privado através de investimentos. O projeto seria implementado através de três mecanismos: o Fundo Nacional de Cultura (FNC), os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e o Incentivo a projetos culturais (Mecenato).

Segundo o Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual do Mi-

Ministério da Cultura 1995-2002, após a extinção da Embrafilme e do Concine (do Conselho Nacional de Cinema):

[...] os instrumentos de regulação, fiscalização e financiamento da atividade cinematográfica no país se desarticularam. Com as meninas implantadas pelo governo de Fernando Henrique Cardoso voltadas para o estabelecimento de parceria entre os setores, tanto públicos quanto privados, o setor do audiovisual, que começara a receber apoio por meio das leis do Mecenato e Audiovisual, passou a ser considerado prioritário para o desenvolvimento nacional e foi incluído no Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade. (Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura 1995-2002, 2002, p. 3).

O Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual também mostra alguns dados importantes sobre essa época. Em 1995 já se podia notar os resultados das medidas implementadas, o orçamento da SDAV, Secretaria para o Desenvolvimento Audiovisual, criada pela Lei nº 8.490, de 19 de novembro de 1992, foi de R\$1,6 milhões. Tais recursos permitiram que houvesse o aumento da produção de filmes e fosse possível realizar festivais de cinema nacionais, além da participação do cinema brasileiro em festivais internacionais.

Com o Prêmio Resgate, lançado em 1993-94, o país conseguiu criar condições para a alavancagem de uma nova fase do desenvolvimento da cinematografia nacional. Apareceram novos filmes e diretores, e a visibilidade do cinema brasileiro aumentou no país e no exterior. A seguir, a lista dos filmes produzidos em 1995, sendo os 4 primeiros com o apoio do Prêmio Resgate e os demais, resultado do fomento das leis de incentivo. (Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura 1995-2002, 2002, p. 8)

Dentre esses filmes estavam: O Quatrilho de Fábio Barreto, baseado no livro homônimo de José Clemente Pozenato; Carlota Joaquina, de Carla Camurati; Menino Maluquinho, de Helvécio Ratton, baseado no livro infanto-juvenil do escritor Ziraldo; e Bananas is my Business, de Helena Solberg.

Já em 1996, os recursos orçamentários do Ministério da Cultura para o setor totalizaram R\$3,8 milhões, permitindo uma melhor atuação da Secretaria no apoio à produção e distribuição de filmes brasileiros, ocasionando o incremento da infraestrutura do setor. Isso possibilitou a recuperação de 7 filmes, a produção de 77 programas de televisão para a Revista de Cinema Brasileiro e a divulgação dos filmes O Quatrilho, indicado para concorrer ao Oscar de melhor filme estrangeiro nesse mesmo ano, e Tieta do Agreste no exterior. No total foram produzidos 21 filmes, 9 dos quais contaram com o apoio do Prêmio Resgate e 12 com o suporte das Leis de Audiovisual e da Lei Rouanet.

Em 1997, o volume de recursos orçamentários chegou a R\$9,8 milhões, com os quais foram beneficiados 14 filmes. Nesse ano, também foi possível o crescimento da diversificação das áreas incentivadas, com o apoio à produção de 40 curtas-metragens e o apoio do desenvolvimento de 14 projetos relativos à realização de obras audiovisuais de longas-metragens ou séries. No ano seguinte, 1998, foram aplicados cerca de R\$15 mil em 50 roteiros, além de investir no desenvolvimento de 27 projetos para produção de filmes de longa-metragem. No total, 27 filmes foram lançados.

O ano 1999 marca uma nova fase da secretaria do audiovisual. Essa nova

gestão concentrou seus esforços em quatro dimensões estratégicas:

Apoio à produção e comercialização do audiovisual brasileiro por meio de programas especiais e concursos públicos; Ampliação da difusão do cinema brasileiro no país e no exterior; Formação de público para o produto audiovisual nacional, em especial, para o cinema; e Formação profissional para atendimento da diversidade do setor. (Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura 1995-2002, 2002, p. 16)

Ainda em 1999, outra medida implementada foi através de parceria do Ministério da Cultura com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Banco do Brasil e o Serviço Brasileiro de Apoio ao Micro e Pequeno Empresário (SEBRAE). O Programa Mais Cinema tinha como objetivo “ampliar a capacidade competitiva e comercial do cinema nacional por meio do financiamento à produção, distribuição, exibição e infra-estrutura técnica” (Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura 1995-2002, 2002, p. 3).

Destaca-se também a criação da ANCINE, Agência Nacional de Cinema, por medida provisória, MP nº 2228-1, em 2001, vinculada ao Ministério da Cultura; e da produtora Globo Filmes. Segundo Matta (2007), a atuação da ANCINE abrangia desde a regulação, fiscalização e até fomento das atividades cinematográficas e videofonográficas. A Globo Filmes, por sua vez, exerceu um papel importante no incremento da competitividade do cinema nacional devido ao seu surpreendente desempenho de bilheteria, como foi notado através de sua participação indireta ou direta em 13 dos 20 maiores sucessos de público do cinema nacional entre 1994 e 2003 (MATTA, 2007, p. 9-10).

Além das Leis de Incentivo, outra medida de suma importância em prol da proteção da produção nacional de cinema foi a utilização da obrigatoriedade da cota de telas, um decreto que fixa anualmente o número mínimo de dias em que as salas de projeção no país estão obrigadas a exibir obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem. Esse foi um mecanismo de proteção dos cinemas nacionais em face da cinematografia estrangeira comercialmente hegemônica, nesse caso, a indústria estadunidense, para evitar a entrada e o consumo massivo de obras estrangeiras, garantindo, assim, a presença de obras nacionais.

Durante esse período foram intensificadas também iniciativas para divulgar o cinema brasileiro no exterior, possibilitando mostras e festivais no exterior, como os Festivais de Cannes e de Berlim, o Festival de Cinema Brasileiro em Paris e a Mostra de Cinema Brasileiro no Mercosul.

Também foi criado pelo Ministério da Cultura em 1999, o Grande Prêmio Cinema Brasil que visava “o reconhecimento da sociedade brasileira pela contribuição do cinema nacional para a cultura brasileira”, assim como também “objetivou a divulgação da recente produção audiovisual, a fim de torná-la mais acessível ao grande público” (Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura 1995-2002, 2002, p. 39).

Através do apoio da Associação Brasileira de Documentaristas (ABD Na-

cional) e com um custo total de R\$55 mil, O Cinema dos Brasileiros, iniciado em junho de 2020, foi mais um projeto que tinha como objetivo a formação de público, ao circular pelo país divulgando filmes de curtas metragens e documentários premiados pela Secretaria do Audiovisual em concursos públicos. Alguns dos filmes exibidos foram: Os Camaradas, de Bruno de André; O Velho, de Toni Venturi e Simião Martiniano, de Hilton Lacerda e Clara Angélica. (Relatório das Atividades da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura 1995-2002, 2002, p. 59-60).

Dessa forma, após inúmeras medidas e projetos implementados desde o início do período de retomada, a indústria cinematográfica brasileira teve o incentivo necessário para ter um crescimento significativo, possibilitando, por consequência, o espaço para a defesa da identidade nacional diante do contínuo processo de globalização e da entrada massiva de produtos estrangeiros no país. Sendo assim, após uma década, foi possível notar que, junto a outras medidas públicas favoráveis ao desenvolvimento da indústria, houve um aumento significativo de produções nacionais e também uma melhora de desempenho no mercado interno de cinemas frente aos filmes norte-americanos e de obras estrangeiras no geral (MATTA, 2007, p. 9).

Segundo dados do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual da ANCINE<sup>1</sup>, entre o ano de 2011 até 2016 houve um aumento significativo de lançamentos de filmes nacionais, que passaram de 100 a 142 obras. Por consequência, o número de arrecadação também sofreu um forte impacto, passando de R\$161,487,064 em 2011 para marcar o surpreendente número de R\$362,780,504 em 2016.

Já o ano de 2017 foi marcado pelo recorde de lançamentos de filmes brasileiros no cinema nacional, com um aumento de 12,6% em relação ao ano anterior. Esse número foi o maior registrado até o momento desde a fundação da ANCINE em 2001, com um total de 160 lançamentos, que representava 34,56% dos filmes lançados naquele ano. No entanto, apesar do recorde no número de lançamentos de obras nacionais, a participação do público em filmes brasileiros foi de apenas 9,58%, registrando uma significativa queda do ano anterior, 2016, que registrou a marca de 16,50% de participação do público. Em 2018, o número de lançamentos de filmes nacionais sofreu um aumento de 15,6%, registrando 185 em seu total. Já o número de participação subiu para 38,54% e a renda total voltou a subir, apesar de não superar o número de 2016, para R\$290,102,953. No ano seguinte, 2019, o lançamento de filmes nacionais sobre o total foi de 37,61%, com 167 lançamentos com renda de R\$328.160.966,00 e 13,70% da participação do público.

Por fim, é importante ressaltar o aumento percentual da participação do público brasileiro na última década nos lançamentos nas salas de cinema. Entre 2009 e 2019, foi registrado um aumento de 64,8% da participação das distribuidoras nacionais na produção de filmes, subindo de 219 a 361. Já em relação à participação do público em obras brasileiras, o aumento foi de 49,7%. A renda

<sup>1</sup> ANCINE / Mercado Audiovisual Brasileiro - 2002 a 2019.

das obras nacionais cresceu cerca de 148.7% desde o final da década passada até 2019.

Esses dados demonstram o constante crescimento da produção e da distribuição de obras cinematográficas brasileiras oriundas do resultado das Leis de Incentivo À Cultura implementadas durante o Governo Collor, que possibilitaram o apoio e a difusão das manifestações culturais e das expressões culturais de diferentes grupos da sociedade brasileira em uma dimensão cinematográfica e que são indispensáveis para a promoção do pluralismo da cultura nacional e da defesa das empresas e da comercialização de produtos audiovisuais produzidos aqui.

É evidente, entretanto, que, apesar de estar em andamento o processo de “abrasileirar” os cinemas nacionais, ainda existe uma notável predominância da presença e do consumo de longa-metragens internacionais, em especial norte-americanas. A participação do público, de igual maneira, em comparação com obras estrangeiras ainda é substancialmente menor. Isso pode ser explicado pela desconfiança que a audiência ainda possa ter em relação à qualidade dessas produções, já que estão acostumados com roteiros e padrões visuais que são importados. O público brasileiro está habituado com as grandes obras da cultura norte-americana e possui dificuldades em apreciar produções que se diferenciam do padrão hollywoodiano, o que faz com que as obras brasileiras percam muito espaço quando competem contra elas. É possível que ainda leve algum tempo para que o público nacional possa se adaptar e aceitar o “jeitinho brasileiro” de se fazer cinema.

No entanto, apesar da maior bilheteria dos cinemas brasileiros ter sido ocupada pela mega-produção da Disney Capitão América - Guerra Civil até o ano de 2016, o posto de maior público pertencia à superprodução brasileira adaptada de uma novela da emissora Rede Record, Os Dez Mandamentos (2016). Além dessa adaptação, grandes produções brasileiras também alcançaram sucesso absoluto de públicos como os longas de Tropa de Elite (2007 e 2010) e as comédias da Globo Filmes, em especial os três filmes da série Minha Mãe É Uma Peça (2013, 2016 e 2019).

Além dos filmes contemporâneos, grandes clássicos brasileiros possuem grande força e se tornaram grandes sucessos no exterior. Cidade de Deus (2002), indicado ao Oscar em quatro categorias diferentes em 2004, é comumente usado no exterior como a grande referência do cinema brasileiro. O Auto da Compadecida (1999), baseado em uma peça teatral, por sua vez, é altamente aclamado por sites críticos como IMDb, também conhecido como Internet Movie Database, com uma nota de 8,6 de 10 estrelas.

Esses êxitos demonstram que, apesar de ser um processo lento ainda em andamento, as obras brasileiras vêm ganhando mais destaque e mais atenção do público nessas primeiras décadas do século XXI. Ainda que não alcancem o número em bilheterias das produções estrangeiras, o grande fluxo de pessoas que se interessam em assistir às obras nacionais é um grande avanço para a indústria cinematográfica brasileira.

Dessa forma, nota-se que ainda há um longo caminho a se percorrer e desafios a serem superados, mas o passo inicial já foi dado e os resultados já podem ser vistos e destacados. Sendo assim, espera-se que, até a próxima década, possa-se observar com mais clareza a ascensão e o domínio de produções nacionais em nossos cinemas.

## REFERÊNCIAS

ANCINE. **Mercado Audiovisual Brasileiro - 2002 a 2019**, 2019. Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/mercado\\_audiovisual/pdf/mercadoaudiovisualbr\\_2019.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/mercado_audiovisual/pdf/mercadoaudiovisualbr_2019.pdf). Acesso em: 24 set. 2020.

ANCINE / SISTEMA DE MONITOREO DE DISTRIBUCIÓN EN CINES (SADIS). **Datos del Mercado Cinematográfico (2011 – 2018)**, 2018. Disponível em: [https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/2\\_-\\_datos\\_del\\_mercado\\_cinematografico\\_-\\_2011\\_a\\_2018\\_0.pdf](https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/2_-_datos_del_mercado_cinematografico_-_2011_a_2018_0.pdf). Acesso em: 24 set. 2020.

CHAVES, Sandra Cipriano; STERF, Sheila Cataldo; LIMA, Verônica. **Relatório de Atividades da Secretaria do Audiovisual**. Ministério da Cultura, 2008. Disponível em: <http://thacker.diraol.eng.br/mirrors/www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/11/relatorio-de-atividades-sav-19952002.pdf>. Acesso em: 24 set. 2020.

DE MELO, Évylla Michaely; SOUZA, Ellen Gianni; ROCHA, Gustavo de Andrade. Soft Power: A mídia hollywoodiana e a transmissão dos valores norte-americanos. **Revista de Iniciação Científica em Relações Internacionais (RICRI)**, v. 5, ed. 9, p. 57-68, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ricri/article/view/36252>. Acesso em: 11 ago. 2020.

EARP, Fábio S. Sá; SROULEVICH, Helena. (2009). O mercado de cinema no Brasil. In: **Lia Calabre**. (Org.). Políticas culturais: reflexões e ações. Rio de Janeiro e São Paulo: Casa de Rui Barbosa e Itaú cultural. p. 182-200. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/330144622\\_O\\_MERCADO\\_DO\\_CINEMA\\_NO\\_BRASIL](https://www.researchgate.net/publication/330144622_O_MERCADO_DO_CINEMA_NO_BRASIL). Acesso em: 24 set. 2020.

MATTAS, João Paulo Rodrigues. POLÍTICAS PÚBLICAS FEDERAIS DE APOIO À INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA BRASILEIRA: UM HISTÓRICO DE INEFICÁCIA NA DISTRIBUIÇÃO. **III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, p. 1-15, ago. 2020. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/JoaoPauloRodriguesMatta.pdf>. Acesso em: 6 ago. 2020.

MURTINHO, Lucas Herdy Gondim. **INCENTIVO PÚBLICO À INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA: ESTADOS UNIDOS, ÍNDIA, FRANÇA E BRASIL**. Orientador: Rogério Ladeira Furquim Werneck. 2004. 60 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Aluno de Graduação Departamento de Economia PUC-Rio) - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO DEPARTAMENTO DE ECONOMIA, 2004. Disponível em: [http://www.econ.puc-rio.br/uploads/adm/trabalhos/files/Lucas\\_Herdy\\_Gondim\\_Murtinho.pdf](http://www.econ.puc-rio.br/uploads/adm/trabalhos/files/Lucas_Herdy_Gondim_Murtinho.pdf). Acesso em: 11 ago. 2020.

NYE, Joseph S. **Soft Power: The Means To Success In World Politic**. New York: PublicAffairs, 2004, 192 p.

OCA. **Público, Renda e Número de Lançamentos por Tipo de Distribuidora 2009 a 2019**. COORDENAÇÃO DE EDIÇÃO E PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDO - CEC/SAM/ANCINE. Setembro de 2020. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2201.pdf>. Acesso em: 24 set. 2020.

ZAGNI, Rodrigo Medina. **“Imagens Projetadas do Império”**: O Cinema Hollywoodiano e

a Construção de uma Identidade Americana para a Política da Boa Vizinhança. Cadernos PROLAM/USP, ano 8, v. 1, 15 ago. 2020. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/prolam/article/view/82311>. Acesso em: 6 ago. 2020.