

## **EleNão: Mais do que uma *Hashtag*, uma Expressão<sup>1</sup>**

Martina Belotto MICHAELSEN<sup>2</sup>

Ana Paula da ROSA<sup>3</sup>

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

### **RESUMO**

Em uma sociedade midiaticizada, inúmeros movimentos emergem na internet como forma de protesto. Um deles norteia este artigo: o *Ele Não*. A manifestação surgiu com a intenção de impedir a eleição de Jair Bolsonaro para a presidência em 2018. Após o período eleitoral, o *Ele Não* abraçou novas pautas. Diante disso, a presente pesquisa busca analisar, a partir do viés da circulação, como a *hashtag* se configurou como uma expressão de reivindicação para outras causas após as eleições, construindo sentidos nas esferas de produção jornalística e dos atores sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** #EleNão; Circulação; Midiaticização; Sentidos; Hashtag.

### **1 INTRODUÇÃO**

Considerada a maior manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil, o *Ele Não* tomou as ruas de diversas cidades do país e do mundo no dia 29 de setembro de 2018. Idealizado a partir de um grupo criado no Facebook, chamado Mulheres Unidas Contra Bolsonaro, o movimento tinha o objetivo de manifestar contrariedade a candidatura do atual presidente Jair Messias Bolsonaro. Por meio da *#EleNão*, criou-se um fenômeno que tomou as redes sociais digitais e, em seguida, viralizou para os principais veículos da mídia tradicional brasileira e internacional.

Com a circulação, o *Ele Não* se expandiu, configurando-se como uma expressão de protesto contra atitudes autoritárias representadas pela figura de Bolsonaro. Ao se posicionar contra os discursos de uma sociedade marcada pelo patriarcado, proferidos pelo então candidato, o movimento se mostra necessário para repensarmos as relações de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, e-mail: [belottomartina@gmail.com](mailto:belottomartina@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Programa do Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, e-mail: [anaros@unisinos.br](mailto:anaros@unisinos.br)

---

poder atuais. Portanto, busca-se compreender o *Ele Não* além de uma *hashtag* ou de um ato político. Busca-se analisar como o movimento se tornou também uma expressão.

Para entender como o movimento deixou de ser somente uma *hashtag*, observamos empiricamente algumas reportagens jornalísticas e algumas postagens de atores sociais produzidas sobre o movimento em três momentos distintos: a eclosão do movimento (10 de setembro de 2018 a 31 de outubro de 2018); os primeiros meses do governo Bolsonaro (1º de janeiro de 2019 a 31 de março de 2019); e após um ano de governo Bolsonaro (1º de janeiro a 31 de março de 2020). Esse recorte de fases visa captar a construção de novos sentidos conforme a circulação do movimento.

## 2 CONTEXTUALIZAÇÃO DE UMA SOCIEDADE MEDIATIZADA

Desde o século passado, o campo das mídias entrou em um processo de ascensão, ocupando espaço como mediador de práticas entre instituições e indivíduos. Por ocupar uma posição central, a mídia desempenhava um papel de construção da realidade. Entretanto, esse cenário de uma sociedade marcada pela centralidade da mídia passou a transformar-se com o que chamamos de sociedade em vias de mediatização. Trata-se de um processo que envolve um intenso sistema em que culturas, lógicas e operações midiáticas constituem as formas de organização da própria sociedade.

Aqui, podemos refletir não somente sobre as atividades da comunicação, como também das esferas de autonomia e produção de poder. “A mudança do ambiente comunicacional afeta diretamente as normas de construção de significado e, portanto, a produção de relações de poder” (CASTELLS, 2013, p. 11). O resultado dessa articulação em rede não é somente a manifestação gerada por uma indignação em comum. A construção de uma nova identidade coletiva e o incentivo de trazer à tona pensamentos e ideias também são condições proporcionadas pelos diálogos da internet.

A partir disso, estabelecem-se também conceitos de mediatização. Na concepção de Sodré (2002), a mediatização constitui-se como um novo modo de presença no mundo. Apoiado no conceito dos três bios aristotélicos<sup>18</sup>, ele aponta o nascimento de um quarto - o bios midiático -, em que se alteram as formas de viver em sociedade e, assim, passa-se a viver a tecnocultura. Com tecnocultura, Sodré sugere uma cultura própria, marcada por uma “transformação das formas tradicionais de sociabilização, além de uma nova tecnologia perceptiva e mental” (SODRÉ, 2002, p. 27).

---

Com a mídiatização, o receptor tornou-se ativo não somente usufruindo das tecnologias enquanto ferramentas, mas também como dispositivos capazes de mediar suas relações no dia a dia. “A mídiatização institui um novo feixe de relações, engendradas em operações sobre as quais se desenvolvem novos processos de afetações entre as instituições e os atores sociais” (FAUSTO NETO, 2008, p. 96). Essa ideia de relações cada vez mais complexas permite aproximarmos as mobilizações que se organizam a partir de ambientes digitais, como o *Ele Não*.

Nesta circunstância, os atores não apenas são consumidores dos conteúdos, mas também participam do processo de replicação dessas informações a partir de seus próprios pontos de vistas, seja com novos significados ou com a reiteração dos mesmos. Essa intensificação é responsável por disseminar os discursos e por produzir novas formas e novos sentidos conforme se espalha. Portanto, compreende-se que as relações de valor não são mais apenas determinadas pelos meios, já que os atores sociais também passaram a participar desse processo. Deste modo, eles “não estão apenas na condição de receptáculos, mas de quem promove demandas e faz uso efetivo dos dispositivos técnicos, adquirindo uma espécie de liberdade ou concessão para eleger seus próprios valores ou reiterar os vigentes” (ROSA, 2019, p. 24).

Com isso, Ana Paula da Rosa aborda o conceito de poder simbólico, que é, na verdade, “um poder invisível, mas que implica em uma ação, tanto dos que exercem o poder, como dos que lhe são sujeitos” (ROSA, 2019, p. 26). Ainda conforme a autora, o valor não está no objeto que circula, assim como já afirmava Braga (2012), mas na construção de sentido das narrativas, enunciados e operações.

Mais do que um elemento constituinte de um processo, o ator social torna-se parte dele. Assim, ao criar a hashtag, ao produzir conteúdo e criar desdobramentos de modo inventivo, as interações sociais permitem que circuitos se estabeleçam. Com relação aos circuitos, Braga (2012) afirma que, com as intensas interações de uma sociedade mídiatizada, cada setor da sociedade participa de circuitos múltiplos. “...os campos sociais, que antes podiam interagir com outros campos segundo processos marcados por suas próprias lógicas e por negociações mais ou menos específicas de fronteiras, são crescentemente atravessados por circuitos diversos” (BRAGA, 2012, p. 44).

Em meio às gramáticas de uma sociedade mídiatizada, potencializada pelas novas lógicas de circulação, o *Ele Não* foi - e é - constantemente marcado pelas contribuições

---

dos atores sociais na circulação dos acontecimentos e na construção de sentidos que se espalham e que se modificam com novos cruzamentos.

### 3 CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS A PARTIR DA CIRCULAÇÃO

Diante do entendimento sobre a contribuição dos atores e do jornalismo para a construção de sentidos, percebemos em cada uma das três fases analisadas que o tom empregado nas publicações consolidou uma mensagem crítica no uso do *Ele Não*. Por mais que a expressão venha a se desprender da *hashtag* que a tornou popular, o posicionamento de insatisfação mantém o *Ele Não* reconhecido.

#### 3.1 Primeira fase

Embora tenha sido criado a partir de uma *hashtag*, o *Ele Não* encontrou espaço para se fixar como um movimento. Logo na primeira fase é possível perceber esse potencial em uma publicação (Figura 1) do grupo *Mulheres Unidas Contra Bolsonaro*, que deu origem à expressão.

Na postagem, os sentidos focam na reprovação de Bolsonaro. A ideia de barrar o candidato aparece com uma longa tarja vermelha na frente de grande parte do rosto de Bolsonaro. A fotografia do rosto, por sua vez, está em preto e branco, reforçando a ideia de algo velho e ultrapassado. Já a manchete da reportagem destaca o potencial do movimento em questão, afirmando que a manifestação se expande para além de um indexador de redes sociais digitais: “*#Elenão deixou de ser uma simples hashtag*”.

A partir dessa perspectiva, podemos interpretar que o *Ele Não* atingiu dimensão de acontecimento não somente por ser replicado por figuras públicas, mas também por ser reconhecido como uma mensagem. Afinal, Sodré (2012) entende acontecimento como uma construção ou uma produção da realidade, atravessada pelas representações da vida social. E, atualmente, as redes sociais digitais são uma parcela significativa de ligação social, produzindo sentidos e assimilações de mensagens entre os atores.

Figura 1 - Reportagem do site *The Intercept Brasil* no grupo do Facebook



Fonte: Facebook (2018)

Já na Figura 2, postada durante a primeira fase, é possível captar a interpretação crítica que acompanha a expressão. Na postagem, um usuário nomeou Bolsonaro como “porco fascista” em uma *hashtag*. A menção está em um tweet sobre a manifestação do cantor Roger Waters durante show realizado no Brasil. O artista inglês protestou pelo movimento *Ele Não* em todas as apresentações que fez no país. Nas ocasiões, ele afirmou que Bolsonaro era representante de um regime fascista.

Figura 2 - *Tweet* sobre o show do Roger Waters



Fonte: Twitter (2018)

A expressão “porco fascista”, inclusive, aciona a referência do livro *A Revolução dos Bichos* (1945), de George Orwell, que critica o autoritarismo dos regimes fascistas e tem a figura dos porcos como líderes de um governo opressor. As críticas do usuário são explanadas nas indexadoras usadas, que são: *#ELENÃO*, *#EleNunca* e *#PorcoFascista*. Nesse caso, a *hashtag* funciona como decodificador da mensagem e como termômetro para identificarmos a opinião do ator social sobre o assunto.

A ideia do *Ele Não* ser usado como expressão síntese também surge nas produções jornalísticas. Uma matéria da Folha de S. Paulo (Figura 3) fala exclusivamente sobre o símbolo criado para representar o movimento, bem como os significados que ele busca passar. Com isso, a matéria coloca o *Ele Não* como um movimento que representa todas as referências contempladas na criação do símbolo, como por exemplo a comunidade LGBTQ, cuja cor da bandeira é expressa na criação artística.

Figura 3 - Matéria da Folha de S. Paulo sobre o símbolo do *Ele Não*



Fonte: Folha de S. Paulo (2018)

### 3.2 Segunda fase

Na segunda fase analisada, o comportamento crítico das publicações se repete quando os atores sociais permanecem se apropriando do movimento para demonstrar oposição a diversas situações. Uma postagem do Twitter (Figura 4), na segunda fase, faz uso do tom crítico para relacionar a figura de Bolsonaro com o regime nazista. A primeira imagem da postagem é uma caricatura que utiliza o rosto do presidente com traços característicos de Hitler, como o bigode e o cabelo. A segunda coloca Bolsonaro na frente de um exército vestido com roupas do Ku Klux Klan (organização terrorista formada por supremacistas brancos dos Estados Unidos que tinha o intuito de perseguir afro-americanos).

Figura 4 – Postagem sobre Hitler e Bolsonaro



Fonte: Twitter (2019)

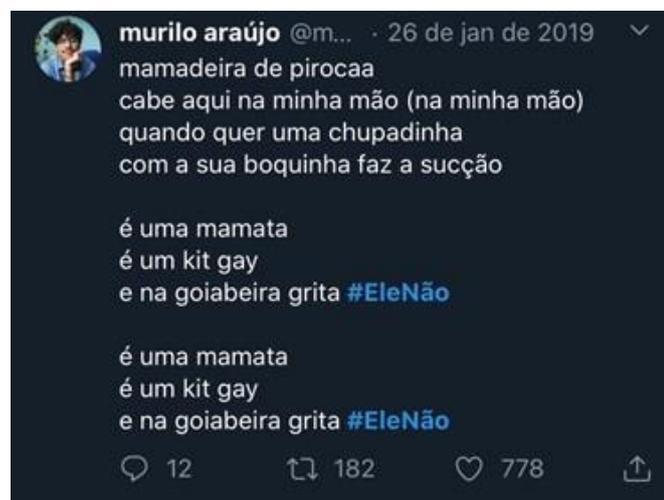
Na segunda imagem, Bolsonaro aparece com um livro nas mãos, que simula uma bíblia com cruz invertida e com a escrita “Fake News”. Dos seus olhos, saem algumas palavras como “mulheres”, “negros”, “LGBTQ”, “índios” e “pobres”. Além do exército do Ku Klux Klan, uma multidão de pessoas com fones de ouvido e celulares tomam conta da ilustração. No fundo da imagem está uma fileira do exército nazista, que se expressa com os uniformes característicos e com a saudação dos braços erguidos. Ambas ilustrações carregam inúmeros significados. Aqui podemos acionar Cassirer (1994), que fala sobre a amplitude universal dos símbolos. Assim, determinadas mensagens podem ser compreendidas por muitas pessoas, mesmo que fora de seu contexto original, desde que elas já tenham tido algum contato com essa mensagem anteriormente. Todos os artefatos utilizados nas ilustrações são carregados de referências históricas e sociais.

Ao mesmo tempo, nos deparamos com elementos que sugerem novas associações. Na segunda imagem, Bolsonaro aparece em primeiro plano. Nos seus olhos está um tambor de revólver. Nos espaços das balas estão os nomes das mulheres, dos negros, dos pobres, dos índios e da população LGBTQ, que seriam os alvos de perseguição do presidente. Na mão de Bolsonaro, vemos o livro que sugere ser uma bíblia. Entretanto, a capa desse livro tem uma cruz invertida, como se ele fosse um anticristo, e carrega o título de “Fake News”, o que dá a entender que a religião de Bolsonaro é a propagação de notícias falsas.

No segundo plano, aparecem jovens vidrados em celulares e com fones de ouvidos que carregam o símbolo B17. O B17 foi a nomenclatura utilizada durante o período eleitoral para definir Bolsonaro e seu número de votação nas urnas. Atrás da multidão de jovens, podemos ver os exércitos do Ku Klux Klan e do regime nazista. Ambos retratam a intolerância, a violência e o autoritarismo. A relação que se constrói a partir de todos esses elementos é que Bolsonaro propaga discursos de ódio por meio de notícias falsas e que, assim, busca construir um novo exército formado por apoiadores desse mesmo pensamento.

Outra publicação (Figura 5) salienta não somente o *Ele Não* como expressão síntese, mas também demonstra como a circulação gerou a autonomização do movimento. Aqui, o ator social cria uma canção com rimas para ironizar alguns momentos em que Bolsonaro – e seus ministros - se envolveram em polêmicas. Nessa publicação, são usados três acontecimentos muito debatidos para compor os versos: o kit gay, o episódio da ministra Damares Alves (que afirmou ter visto Jesus em um pé de goiaba) e as “mamatas” tão citadas por Bolsonaro. O *Ele Não*, por sua vez, é utilizado em tom jocoso para produzir as rimas no final de cada estrofe.

Figura 5 - Postagem no *Twitter* sobre kit gay, Damares e mamatas



Fonte: Twitter (2019)

Neste caso, o *Ele Não* já se configura como uma expressão que carrega contrariedade. Contrariedade essa que vai além das bandeiras levantadas durante as eleições. Ela aciona uma crítica e mantém o posicionamento do ator social. É como se seu uso fosse suficiente para demonstrar a intenção do usuário, sem que ele precise

explicá-la. Afinal, neste momento, o movimento já havia passado por inúmeras camadas de circulação, condensando sentidos. Logo, sua compreensão foi se tornando cada vez mais imediata por quem se deparava com o *Ele Não*.

Já em termos de produção jornalística, a segunda fase nos apresenta o movimento no âmbito das festas de Carnaval. Em reportagem da Folha de S. Paulo (Figura 6), a atriz Maria Casadevall havia deixado os seios à mostra com a escrita do *Ele Não* no peito, durante desfile do bloco de Carnaval Acadêmicos do Baixo Augusta, em São Paulo. Essa manifestação da artista colocou a expressão em foco na manchete e na linha de apoio da matéria.

Figura 6 - Matéria da *Folha de S. Paulo* fala sobre o *Ele Não* no Carnaval



Fonte: Folha de S. Paulo (2019)

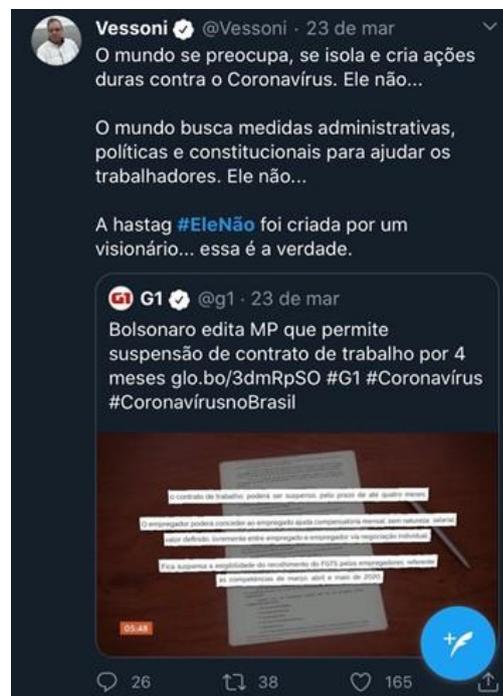
É interessante vermos como nesse conjunto a hashtag se transforma somente em um movimento anti-Bolsonaro ou de esquerda, mas que não carrega consigo um caráter social. Ou seja, as construções jornalísticas fazem com que as mobilizações ocorridas em 2018 sejam ofuscadas apenas pela eleição.

Por outro lado, o texto coloca o *Ele Não* como parte da composição da roupa usada pela atriz: “Durante o trajeto do bloco pelo centro da capital paulista, Marisa Casadevall abriu os botões da camisa branca que usava e apontou os dedos para o escrito “EleNão” em tinta rosa....Coberta por glitter, Maria Casadevall compôs o figurino de Carnaval com shorts azul, meia-calça arrastão preta, tênis vermelho e pochete”. Desta forma, a expressão carrega conotação de ser um símbolo, utilizado pela artista como uma manifestação.

### 3.3 Terceira fase

O terceiro momento analisado se cruza com o surgimento da pandemia causada pelo coronavírus. O posicionamento de Bolsonaro e de seus apoiadores vem sendo fortemente criticado no que tange às ações de combate ao novo vírus. Neste período, o *Ele Não* é acionado tanto pelos atores sociais quanto pela imprensa para demonstrar indignação. Podemos perceber isso em um *tweet* representado pela Figura 7.

Figura 7 – Tweet sobre Bolsonaro e coronavírus



Fonte: Twitter (2020)

O ator social não utiliza a *hashtag*, mas se apropria da expressão sem o indexador, como se para ele já se tratasse de um movimento autonomizado no entendimento popular das pessoas. No final do *tweet*, contudo, ele menciona a *hashtag* para afirmar que ela foi

criada por uma pessoa visionária. Ele não explica o porquê considera a expressão visionária, mas o que podemos interpretar após o que foi dito na legenda é que o *Ele Não* assume caráter atemporal. O ator social deixa claro que a manifestação criada um ano e meio antes de sua publicação já era capaz de sintetizar indignações e situações que viriam acontecer tantos meses depois.

Por sua vez, o jornalismo resgata o *Ele Não* quando fala sobre a reprovação de algumas celebridades com relação ao posicionamento de Bolsonaro diante do coronavírus. Nesta situação, retratada em matéria da Folha de S. Paulo (Figura 8) o presidente havia sido contrário ao fechamento de escolas para combater a pandemia, além de ter culpado a imprensa pelo que considerou um clima de histeria no país. No texto, a matéria fala sobre como cada celebridade se posicionou em suas redes sociais digitais. Na parte que fala sobre o caso da atriz Alinne Moraes é que percebemos a presença da #EleNão na reportagem.

Figura 8 - Matéria da *Folha de S. Paulo* sobre celebridades e coronavírus



Fonte: Folha de S. Paulo (2020)

Conforme a matéria, a artista publicou o vídeo do pronunciamento do presidente e se mostrou chocada. “Ela voltou a usar o #EleNão, usado pelos críticos de Bolsonaro

na campanha”. Constatamos primeiramente que a expressão não recebe muita visibilidade no contexto geral da reportagem. Contudo, a parte que menciona o movimento é significativa para a nossa análise. O texto afirmar que a atriz “voltou a usar” o *Ele Não* carrega uma impressão de que o jornalista considerava a expressão apenas uma hashtag e que ela parecia não ser mais popular nas redes.

No entanto, o fato de ter sido escolhida pela atriz neste momento contraria essa sensação de esquecimento do movimento. Se Alinne Moraes optou por empregar o *Ele Não* para definir Bolsonaro é porque considera a expressão simbólica. Além disso, o ato de ter escolhido essa hashtag após tanto tempo também demonstra a capacidade de adaptação dela. A contrariedade e indignação que eram presentes na época em que surgiu seguem presentes sim, mas outros elementos acabam sendo agregados nas discussões que permeiam esta terceira fase.

Isso significa que a *hashtag* não se esvaziou de sentido ao assumir um status de símbolo, banalizando-se conforme a circulação e os novos temas. Pelo contrário, ela fixou em seu cerne o discurso da luta, do enfrentamento a tudo o que é negado socialmente, em especial à figura de Bolsonaro e suas atitudes. Conforme novos indivíduos foram se identificando com a expressão, novos significados foram desenvolvidos para defini-lo. Elencamos no Quadro 1, que pode ser visualizado a seguir, os principais usos e sentidos atribuídos ao *Ele Não* ao longo das três fases de análise. Vale destacar que os usos colocados em cada uma das fases não foram separados com caráter comparativo na tabela.

Quadro 1 – Usos e sentidos do movimento

<b>ATORES SOCIAIS</b>			
	<b>FASE 1</b>	<b>FASE 2</b>	<b>FASE 3</b>
<b>USOS, SENTIDOS E RELAÇÕES</b>	Antifascismo e antinazismo	Bolsonaro relacionado ao nazismo e à imagem de Hitler	Movimento como crítica sobre a crise do coronavírus
	Luta LGBTQ	Oposição ao governo Bolsonaro	Envolvimento de celebridade para dar ideia de respaldo ao movimento

	Antinazismo	Sinônimo de indignação com polêmicas do Governo Bolsonaro	Símbolo de crítica aos apoiadores de Bolsonaro
	Movimento visto como um protesto de rua	Sinônimo de indignação com medidas do governo, como na área da Educação	Movimento visto como um protesto de rua

Fonte: Elaborado pela autora

Os sentidos relacionados no quadro acima nos fazem entender que o *Ele Não* condensa sentidos que vão muito além de Bolsonaro. A expressão acaba representando indignações sociais nas mais variadas áreas.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As produções analisadas são amostras dos inúmeros observáveis disponíveis em cada uma das fases. Nesse recorte de postagens observadas, podemos perceber, inicialmente, que o *Ele Não* se torna referência quando o assunto é protesto. Nas duas últimas fases, outras manifestações aconteceram e levantaram bandeiras semelhantes às mesmas do movimento.

Também é interessante observar a construção de uma imagem sobre Bolsonaro a partir do uso da expressão. O fato de os atores sociais utilizarem uma hashtag para não falar o nome de Bolsonaro é uma escolha simbólica. O *Ele Não* é uma expressão utilizada como uma forma de negação ao presidente e aos atos que ele representa.

Ao mesmo tempo, também podemos destacar o papel que as redes sociais digitais têm para a consolidação da expressão no imaginário coletivo. É a partir das ações em rede - que envolvem interpretação, apropriação e replicação -, que os movimentos passam a ser compreendidos pelos mais diferentes públicos.

É também com o fenômeno da circulação que o *Ele Não* deixa de ser um mecanismo indexador de busca e passa a ser uma expressão representativa para quem a usa e para quem a vê. Por meio de simples acionamentos, carrega-se a bagagem e o

histórico de origem da expressão, sem haver necessidade de explicações para que a mesma possa ser compreendida.

É por isso que o *Ele Não* não é uma *hashtag* qualquer. É um fenômeno que encontrou espaço para se constituir como aglutinador e sintetizador de tudo que causa repulsa. E foi esse mesmo potencial que facilitou ainda mais a autonomia para que os atores gerassem novas apropriações, usos e sentidos. O movimento nos dá uma grande amostra sobre o comportamento dos atores em rede numa verdadeira sociedade em vias de mediação. Com o poder da circulação, de apropriação e de valorização, uma simples indexadora se tornou símbolo de um posicionamento que está além do seu próprio uso. Trata-se de um fenômeno que parte do fazer social, que perdura no imaginário coletivo e que se configura como um movimento característico da atualidade.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. **Mediação & Mídiação**, Salvador, p. 31-52, 2012. Disponível em: <[http://www1.pucminas.br/imagdb/documento/DOC\\_DSC\\_NOME\\_ARQUI20180205111302.pdf](http://www1.pucminas.br/imagdb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20180205111302.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2019

CASSIRER, Ernst. **Ensaio Sobre o Homem**. Uma Introdução a uma Filosofia da Cultura Humana. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1994.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da mediação. **Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 89-105, 2008. Disponível em: <<file:///C:/Users/grama/Downloads/38194-Article%20Text-44949-1-10-20120814.pdf>>. Acesso em: 06 set. 2019.

ROSA, Ana Paula da. Circulação: das múltiplas perspectivas de valor à valorização do visível. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 42, n. 2, p. 21-33, 2019. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-58442019000200021&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-58442019000200021&script=sci_arttext)>. Acesso em: 30 set. 2019.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Petrópolis: Vozes, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.