

## **Capacitação Fotográfica de Oleiros em Itaboraí / RJ - Pós-fotografia e Publicidade Social<sup>1</sup>**

Rômulo Normand CORRÊA<sup>2</sup>

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

### **Resumo**

O presente trabalho é sobre o planejamento didático da oficina de fotografia do projeto Moldando o Futuro. O projeto pretende capacitar, através de oficinas, um grupo de oleiros do município de Itaboraí- RJ com técnicas de comunicação para fomentar a participação cidadã do grupo e oferecer autonomia para a solução de problemas que levem à sustentabilidade de sua produção e ao incremento da comercialização das peças de cerâmica. O planejamento didático da oficina de fotografia é fundamentado nas teorias contemporâneas sobre convergência digital e pós-fotografia; e a metodologia, tanto do projeto, quanto da oficina de fotografia é a da pesquisa-ação que está estreitamente ligada ao conceito de Publicidade Social e prevê a inserção e intervenção do pesquisador junto ao grupo estudado, e uma participação ativa e coletiva em todas as etapas do processo da pesquisa.

**Palavras-chave:** fotografia; publicidade social; pós-fotografia; pesquisa-ação

### **Introdução**

O presente trabalho pretende demonstrar a construção do planejamento didático da oficina de capacitação em fotografia do projeto Moldando o Futuro: Oficinas de Comunicação em Prol da Sustentabilidade dos Oleiros de Itaboraí. O projeto Moldando o Futuro tem como objetivos resgatar a valorização da produção artesanal de cerâmica do município de Itaboraí, no estado do Rio de Janeiro; preservar o patrimônio histórico-

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP de Fotografia, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor Doutor do Curso de Jornalismo da UFF - Universidade Federal Fluminense e membro do LACCOPS - UFF - Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social da Universidade Federal Fluminense, e-mail: romulocorrea@id.uff.br.



INTERCOM Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - VIRTUAL - 1º a 10/12/2020

cultural e promover sustentabilidade da economia de base familiar dos artesãos do município com base na produção responsável e no consumo consciente e inteligente.

O projeto Moldando o Futuro foi contemplado através do programa Luz Solidária, promovido pela ENEL, maior empresa privada do setor de energia elétrica do país, em 2019, para ser desenvolvido no ano de 2020. O programa Luz Solidária viabiliza projetos sociais voltados para a geração de renda, capacitação, meio ambiente e direitos humanos. O projeto Moldando o Futuro é fruto de uma parceria entre a CRIAR Brasil, ONG de comunicação comunitária, e o Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social da Universidade Federal Fluminense - LACCOPS - UFF, do qual sou membro, como professor, pesquisador e coordenador do núcleo de fotografia. O LACCOPS - UFF é composto por seis professores doutores que atuam em diferentes áreas da Comunicação Social, além de um grande número de alunos de pós-graduação - doutorandos e mestrados - e alunos de graduação. O LACCOPS - UFF está vinculado ao PPGMC - UFF - Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense.

Devido à pandemia provocada pela disseminação da COVID-19, o projeto, que seria desenvolvido presencialmente durante o primeiro semestre de 2020, foi transferido para os dois últimos meses do ano, em datas a serem marcadas, e as aulas serão ministradas de forma remota. Por essa razão, foi necessário que o planejamento inicial da oficina fosse readequado para essa nova configuração. Ainda assim, um primeiro encontro inicial, de apresentação, entre os proponentes do projeto Moldando o Futuro e o grupo de oleiros foi realizado no fim de fevereiro deste ano, antes do isolamento social acarretado pela pandemia. Nesse encontro, houve uma troca de experiências entre os pesquisadores e o grupo de estudo, na qual foram confrontadas demandas e possíveis soluções de problemas para serem desenvolvidos através das oficinas.

O planejamento didático da oficina de fotografia se baseia no conceito de Publicidade Social (SALDANHA, 2019) que incorpora a inserção e intervenção do pesquisador para a participação ativa e coletiva do grupo estudado, conforme propõe o método da pesquisa-ação (PERUZZO, 2016); e também das teorias contemporâneas



INTERCOM Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - VIRTUAL - 1º a 10/12/2020  
sobre a convergência digital (JENKINS, 2012) e a pós-fotografia (FONTCUBERTA, 2016).

## **O Projeto Moldando o Futuro: Oficinas de Comunicação em Prol da Sustentabilidade dos Oleiros de Itaboraí.**

A proposta de Publicidade Social adotada pelo LACCOPS - UFF não pretende apenas tornar públicas determinadas ações comunitárias, mas propor um processo de construção coletiva junto à sociedade civil, que inclui sua participação ativa na idealização, produção e implantação das ações.

De acordo com a proposição do presente trabalho, a Publicidade Social não pretende tornar pública uma produção local, como é o caso da vertente Comunitária, que dá visibilidade das suas produções à Sociedade Civil, mas operar na dilatação. Ou seja, incluir a participação efetiva da Sociedade Civil na questão publicizada. É através da inclusão de cidadãos, não só pela interatividade, mas pela vinculação resultante do compartilhamento de um nexos comum “*entre o si próprio e o outro*”, que a Publicidade Social se realiza de fato. (SALDANHA, 2019, p. 8)

A perspectiva da Publicidade Social é, em um movimento contrário aos processos de comunicação hegemônicos, a de se estabelecer através de produções criativas e alternativas, produzidas com equipamentos disponíveis à maior parte da população. Nesse sentido, os telefones celulares com acesso às redes digitais têm sido uma ferramenta de bastante relevância, pois oferecem ao usuário uma autonomia na redefinição de seu uso e na possibilidade de criação de novas formas de produção. Segundo Patricia Saldanha (2019), é possível classificar o projeto Moldando o Futuro como de Publicidade Social Transversal, já que ele emerge da convergência entre poder público, empresas e agentes locais e pressupõe o fortalecimento das atividades de produção e comercialização locais, tanto em ambientes físicos, como digitais.

O projeto Moldando o Futuro pretende realizar oficinas sobre técnicas e estratégias de comunicação, com o objetivo de possibilitar ao grupo de oleiros de



Itaboraí estabelecer um vínculo mais forte entre a atividade econômica e artesanal e a sociedade itaboraiense, além de criar condições propícias à sua sustentabilidade. Para isto, o projeto se estrutura em seis oficinas: redes sociais; mapa da comunicação; audiovisual; edição e finalização; fotografia; processos criativos e redação publicitária. Um evento inicial, de apresentação do projeto e de seus componentes ao grupo de oleiros, e outro evento, ao final do processo, para avaliar os resultados e produtos conseguidos também compõem as atividades propostas. As oficinas têm como objetivo comum desenvolver, no grupo de alunos, técnicas de comunicação que os auxiliem, dentre outras coisas, a construir e gerenciar um *site* de comércio eletrônico para venda coletiva das peças de cerâmica. O *site* vai se constituir como uma outra fonte de negócios, além da venda das peças realizadas fisicamente através de lojas comerciais locais ou pontos de venda que se estendem ao longo da rodovia principal da cidade. O *site* também possibilitará um contato direto entre os oleiros e os consumidores finais das peças, eliminando intermediários na comercialização dos produtos e, portanto, oferecendo um maior ganho sobre as vendas.

O projeto Moldando o Futuro também pretende resgatar o vínculo do trabalho dos artesãos de barro com a sociedade de Itaboraí, através da importância histórica da atividade econômica na constituição da cidade. A bandeira do município de Itaboraí tem como cores o azul, o branco e um tom de marrom que remete à cor do barro, e, em seu centro, figura o brasão da cidade com dois vasos de cerâmica. Desde o século XIX, o município é uma importante referência na produção de peças de cerâmica e as origens da atividade na região remetem à cultura tupi-guarani. Porém, com o passar dos anos a atividade econômica perdeu o reconhecimento por parte do município, o que causou a desvalorização das peças de cerâmica da região e a depreciação na comercialização dos produtos. O desvio da rodovia BR-101, causado pela construção de uma outra rodovia, também foi fundamental para a queda das vendas, pois afastou do município os turistas com destino a Região dos Lagos, que constituíam um público consumidor bastante relevante para a venda de cerâmica.

Em projetos de Publicidade Social, é fundamental que se utilize a metodologia da pesquisa-ação, que se caracteriza pelos seguintes aspectos: participação/inserção do

pesquisador, o tipo de ação, a participação do investigado e o retorno dos resultados. A metodologia se mostra adequada, tendo em vista a mobilização e organização do grupo estudado para promover uma transformação em sua realidade e a ampliação do exercício de cidadania da comunidade.

O método de pesquisa prevê a participação/inserção do pesquisador na comunidade, depois de ser previamente aceito pelos oleiros. A inserção permite que o pesquisador possa conviver com o grupo, acompanhar suas dinâmicas cotidianas, participar das atividades, conhecer suas necessidades e poder agir internamente. Cabe ao pesquisador intervir na situação por meio de uma ação deliberada. Na pesquisa-ação, o pesquisador atua e não meramente observa. A participação do pesquisador tem como consequência o envolvimento e incorporação do grupo estudado, que passa a participar de forma expressiva no processo da pesquisa. Dessa forma, o grupo assume uma participação ativa em todas as etapas do processo: na identificação dos problemas, na procura de estratégias de solução e na avaliação dos resultados. O grupo assume a condição de sujeito ativo na pesquisa e não apenas objeto da investigação.

A pesquisa-ação realizada em sua máxima acepção participativa desenvolve um tipo de abordagem que permite identificar as estruturas centrais da situação investigada, entendê-la e explicá-la em seu contexto, além de servir diretamente à situação investigada no encaminhamento de soluções de problemas práticos relacionados ao modo de vida de segmentos populacionais no seu processo de ampliação do exercício da cidadania, e na feitura de uma ciência de espírito cívico. (PERUZZO, 2016, p.19 e 20)

Os resultados, ao contrário de outras metodologias de pesquisa, são compartilhados com o grupo estudado. É uma premissa da metodologia a ser adotada que a avaliação dos resultados seja realizada ao longo de todo o processo de capacitação, além da avaliação final dos produtos realizados.

Os indicadores de avaliação dos resultados do projeto serão: número de participantes em cada um dos encontros e oficinas; realização dos produtos (vídeos, fotos etc.) esperados como resultado das oficinas; ficha de avaliação individual quanto à

qualidade das oficinas; e, ao longo do ano subsequente, será feito o acompanhamento da implementação da estrutura dos produtos disponibilizados e, após a implementação, a verificação do número de acessos ao *site* (*e-commerce*) e aos perfis das redes sociais.

## **Planejamento Didático da Oficina de Fotografia**

A ideia principal do projeto Moldando o Futuro é a capacitação do grupo em diversos saberes distintos que envolvem técnicas de comunicação para que, após as oficinas, eles tenham instrumentos para promover sua sustentabilidade econômica e fortalecer seu papel de cidadania. A oficina de fotografia foi concebida para estar adequada às premissas da Publicidade Social e de seu método de pesquisa-ação, mas, também é importante analisar e levar em conta as características da produção fotográfica na contemporaneidade, particularmente a fotografia de base digital.

Henry Jenkins (2012) apresenta a teoria da convergência para explicar as possibilidades de transformação tecnológica, mercadológica, cultural e social decorridas da interatividade entre os novos meios de comunicação e a sociedade contemporânea. Para isso, o autor adota uma perspectiva cultural, deixando a tecnologia em um papel secundário, uma vez que, para ele, o que importa é a interatividade com o meio, independente da tecnologia utilizada.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana (JENKINS, 2012, p. 30).

O autor baseia sua teoria da convergência em três conceitos: a inteligência coletiva, a convergência midiática e a cultura participativa. O termo inteligência coletiva se refere ao poder que a interação entre os usuários das novas mídias acaba por

estabelecer, quando se unem em torno de uma ideia e a manifestam de forma coletiva, somando seus interesses comuns. A convergência das mídias trata da convivência entre velhas e novas mídias, mídias hegemônicas e alternativas, em oposição à ideia de substituição de um meio de comunicação por outro. Para o autor, a interação entre velhas e novas mídias se dará de forma cada vez mais complexa. O foco é no fluxo de conteúdos, através de múltiplas plataformas midiáticas. A cultura participativa versa sobre a não diferenciação entre produtores e consumidores de informação. O consumidor, até então acostumado a receber passivamente os conteúdos através dos meios de comunicação de massa, passa a ter a possibilidade de produzir e circular informação de forma independente.

Joan Fontcuberta (2016) nomeia de pós-fotografia o fenômeno de hipertrofia da utilização de imagens no ciberespaço e nas redes sociais. Esta ordem visual contemporânea é marcada por três fatores: a imaterialidade e a transmissão das imagens; sua profusão e disponibilidade; e sua contribuição decisiva para a transmissão do conhecimento e da comunicação: “A pós-fotografia refere-se à fotografia que flui no espaço híbrido da sociabilidade digital e que é uma consequência da superabundância visual”<sup>3</sup> (FONTCUBERTA, 2016, p.7, tradução nossa).

Esse fenômeno só foi possível com chegada da internet 2.0 e a incorporação de câmeras aos telefones celulares. Hoje em dia, fazer uma ligação telefônica é apenas uma das funções - e cabe ousar dizer das menos importantes - que um *smartphone* desempenha. Mais do que telefones que fotografam, estamos diante de câmeras fotográficas que fazem ligações telefônicas, além de possibilitar outras formas de comunicação, como por exemplo, compartilhar fotos em tempo real nas redes digitais.

Na contemporaneidade, as imagens não são mais distribuídas de forma vertical pelos meios de comunicação de massa, mas são, principalmente, compartilhadas na forma horizontal pelos atores sociais através das redes digitais. Dessa forma, pode-se falar sobre a ocorrência de uma ecologia visual, já que envolve um sistema formado por um meio-ambiente virtual que é alimentado pela criação cultural dos seres humanos.

---

<sup>3</sup> La postfotografía hace referencia a la fotografía que fluye en el espacio híbrido de la sociabilidad digital y que es consecuencia de la superabundancia visual.

Nesse ambiente, que propicia ao homem contemporâneo uma participação mais ativa nos processos informacionais, a hiper produção de fotografias aponta a importância da imagem fotográfica nos processos de comunicação contemporâneos em redes digitais.

As imagens adquirem papel fundamental na constituição e na construção desse novo mundo que, segundo Fontcuberta (2016, p. 29, tradução nossa), não são “mais uma mediação com o mundo, mas seu amálgama, se não sua matéria-prima”<sup>4</sup>. Para além do mosaico de *pixels* que nos oferece uma representação gráfica, a pós-fotografia deve ser analisada pela perspectiva sociológica da circulação rápida desses *pixels* pelas redes digitais.

A atuação coletiva dos oleiros de Itaboraí no empreendimento de *e-commerce* e a própria produção fotográfica das imagens ilustrativas para venda de suas peças artesanais se relacionam, respectivamente, aos conceitos de inteligência coletiva e cultura participativa da teoria da convergência digital desenvolvida por Jenkins (2012). Esses conceitos somados às características pós-fotográficas de transmissão de conhecimento e informação, através das imagens, e a horizontalização dos processos de difusão das imagens nas redes digitais (FONTCUBERTA, 2016) fundamentam a concepção da oficina de fotografia do projeto Moldando o Futuro.

Para atender as necessidades do projeto, o aparelho de telefone celular foi escolhido como dispositivo fotográfico. A escolha do dispositivo se justifica pelo fato de que, hoje em dia, praticamente todas as pessoas possuem um aparelho celular e já o utilizam como câmeras fotográficas. A intimidade com o aparelho celular, além de facilitar, estimula o aprendizado, pois leva o aluno a compreender o processo de aprendizagem de forma mais significativa, já que o conhecimento adquirido terá uma aplicação real em seu cotidiano. Optar por um dispositivo fotográfico que já faça parte do cotidiano do grupo não gera custos com a compra de outros equipamentos e também garante que não haja nenhum impedimento de ordem tecnológica à continuidade do processo de produção de fotografias para o *site*.

---

<sup>4</sup> [...] ya no es una mediación con el mundo, sino sua amalgama, cuando no su materia-prima.



As necessidades ilustrativas do *site* apontaram para dois tipos de produção fotográfica: imagens do cotidiano das olarias, para revelar os aspectos documentais e poéticos do trabalho dos oleiros; e imagens ilustrativas de cada uma das peças artesanais a serem vendidas. Os dois tipos de imagens apresentam modos de produção bastante diferentes. A produção de fotografias do cotidiano das olarias se apoia nos princípios da documentação fotográfica através do registro do real, a partir da luz ambiente e sem muitas interferências do fotógrafo em relação à cena. Já as fotografias do catálogo de peças seriam feitas a partir de conceitos da fotografia de publicidade, da fotografia de produto e do controle do ambiente e da iluminação.

O conteúdo da oficina de fotografia vai ser dividido em duas partes, para contemplar as duas formas diversas de fazer fotografia. A primeira parte tem como objetivo ampliar o conhecimento dos oleiros sobre a utilização da câmera fotográfica no celular, para que conheçam melhor as potencialidades e restrições fotográficas do dispositivo: foco, nitidez, exposição, lentes etc. Somados a esses conhecimentos, serão explorados conceitos relativos à observação da luz e composição visual. A primeira parte tem como atividade principal estimular a prática fotográfica e a aplicação dos conteúdos através da documentação cotidiana do trabalho nas olarias: a produção das peças, o ambiente, os personagens, as ferramentas, as ações etc. As fotografias produzidas terão a função, no *site*, de revelar o universo das olarias e o trabalho da confecção das peças, valorizando o aspecto artesanal da produção. As fotografias documentais do cotidiano do trabalho das olarias também têm outra função: a documentação fotográfica cria um registro de memória do grupo, que serve como importante instrumento de valorização das suas atividades e afirmação de sua identidade como grupo social, o que fortalece seus vínculos e o aspecto coletivo do projeto.

A segunda parte da oficina de fotografia foi concebida para a produção das imagens das peças do catálogo e será estruturada de forma mais objetiva, como tutorial. Na segunda parte, é necessário que se mantenha um padrão de apresentação fotográfica para as peças; assim, o modo de fazer as fotografias também deve ser padronizado. A utilização de um estúdio fotográfico garante as mesmas condições de ambiência e iluminação para a exposição das peças e se apresenta como uma ferramenta adequada

para finalidades pretendidas. Dessa forma, a solução encontrada para a realização do catálogo de fotografias das peças que estariam expostas no *site*, com outras informações como dimensões e preço, foi a construção de um estúdio fotográfico portátil, com dimensões compatíveis para abrigar a maior parte das peças produzidas pelos oleiros. Pode-se construir mini-estúdios fotográficos com a sensação de fundo infinito, a partir de materiais de fácil aquisição, como caixas de papelão, cartolinas brancas e iluminação com fitas de LED e, ainda assim, conseguir um resultado fotográfico bastante adequado, levando-se em conta a redução enorme dos custos, caso fossem comprados com os custos de fotografias realizadas em um estúdio profissional. Obviamente, a qualidade das fotografias não será a mesma, mas a adequação das imagens produzidas pelo celular e sua relação custo-benefício se mostram viáveis às finalidades do projeto.

O tratamento final das imagens será realizado no próprio aplicativo oferecido pelos celulares ou em outros aplicativos de edição de imagens que podem ser acessados gratuitamente pela internet. A opção reitera a perspectiva principal do projeto de tornar a gestão e a manutenção do *site*, e conseqüentemente a produção fotográfica, viáveis a partir da realidade e da condição socioeconômica do grupo.

A oficina realizar-se-á em dois encontros através do *Google Classroom* e de sua plataforma *Meet*, com duração estimada de 4 horas, em data a ser programada no mês de novembro. A turma será composta por um número em torno de 10 a 15 alunos, que podem servir como agentes multiplicadores do conhecimento dentro de sua comunidade. O primeiro encontro está programado para a transmissão dos conteúdos e das atividades práticas. O segundo encontro, a ser realizado quinze dias após o encontro inicial, é reservado à análise e crítica da produção fotográfica e possíveis esclarecimentos de dúvidas. Para não haver nenhum problema de conexão de rede durante as aulas, os alunos terão acesso a um pacote de dados de internet que será oferecido a eles pelo projeto. As aulas serão gravadas, para que os alunos possam ter acesso ao conteúdo no momento que desejarem e também estarão disponíveis materiais didáticos em texto, contendo conteúdos teóricos e tutoriais.

### **Considerações**

O planejamento didático da oficina de fotografia do projeto Moldando o Futuro foi pensado a partir das premissas da metodologia da pesquisa-ação, que está estreitamente ligada às intenções da Publicidade Social de trabalho colaborativo e participativo, entre pesquisadores e grupo estudado e do fomento à cidadania.

As teorias sobre fotografia contemporânea que versam sobre o papel fundamental das imagens em redes digitais como transmissoras de conhecimento e informação e sobre a característica horizontal de disseminação de informações nas redes, que possibilitam o sujeito contemporâneo a exercer o papel de produtor e não mero consumidor de informações, contribuíram para fundamentar o planejamento didático da oficina.

O planejamento da oficina levou em conta as condições do grupo estudado e as possibilidades de viabilidade da ação a partir desta realidade. Por isso, foi feita uma escolha pela utilização de equipamentos e materiais acessíveis ao grupo e alternativos à produção fotográfica profissional, para que o processo pudesse de ser realizado de forma autônoma, sem que custos ou inadequações tecnológicas atrapalhassem o processo.

A câmera do aparelho celular se mostrou o dispositivo mais adequado para a realização da oficina de fotografia, de acordo com a realidade e as condições do grupo. O dispositivo será utilizado tanto pra produzir as fotografias que vão compor o catálogo de peças a serem comercializadas, em conjunto um mini-estúdio portátil feito com materiais acessíveis, tais como caixa de papelão e cartolina; quanto para produzir imagens sobre o cotidiano do trabalho nas olarias que revelam o aspecto artesanal e poético da produção, além de se estabelecer como registro de memória do grupo e fortalecimento de sua identidade.

Como o projeto está ainda em processo, não se pode ainda avaliar os resultados, porém é esperado que o cuidado que se teve ao planejar a oficina de fotografia, levando em conta a adequação às teorias sobre fotografia digital e Publicidade Social, traga bons



INTERCOM Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - VIRTUAL - 1º a 10/12/2020

frutos e a esperada transformação social do grupo de oleiros, para que esta importante atividade econômica do município de Itaboraí, no estado do Rio de Janeiro, seja valorizada tanto cultural, como financeiramente.

## REFERÊNCIAS

FONTCUBERTA, J. **La furia de las imágenes** - Notas sobre la postfotografía. Barcelona: Galáxia Gutemberg, 2016.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2012.

PERUZZO, C. Epistemologia e método da pesquisa ação: uma aproximação aos movimentos sociais e à comunicação. In: XXV ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 2016, Goiânia. **Anais eletrônicos** [...] Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2016. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/epistemologiaem%C3%A9tododapesquisa-a%C3%A7%C3%A3o...ciciliaperuzzo.modelocompos2016.\\_3270.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/epistemologiaem%C3%A9tododapesquisa-a%C3%A7%C3%A3o...ciciliaperuzzo.modelocompos2016._3270.pdf)>. Acesso em: 6 out. 2020.

SALDANHA, P. Publicidade Social e sua tipificação : uma metodologia de transformação social . In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2019, Belém. **Anais eletrônicos** [...] Belém: Universidade Federal do Pará, 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0365-1.pdf>>. Acesso em 6 out. 2020.