

Vem com Bumbumtantan: A crise da desinformação e a comunicação do Instituto Butantan durante a pandemia de COVID-19¹

Ana Luiza Thomazini²
Gabriela dos Santos Franco³

Resumo

O Instituto Butantan é referência brasileira em biotecnologia e está diretamente envolvido no combate ao Coronavírus. A partir de uma crise com a imprensa e do estudo do referencial teórico abordado, buscamos analisar quais foram as ações de comunicação realizadas pelo Instituto no período da pandemia, bem como apresentamos nossas propostas para aumentar o engajamento com o público, a partir de uma visão de planejamento estratégico de relações públicas.

Palavras-chave

Butantan; CoronaVac; Desinformação; Comunicação.

Metodologia

A presente pesquisa foi aplicada com o objetivo de analisar as medidas de ação adotadas pelo Instituto Butantan durante a campanha de atuação contra o coronavírus, no período de 20 de março de 2020 a 15 de fevereiro de 2021, e propor diferentes atividades que poderiam concordar com esse conjunto.

A partir da escolha do tema, foi realizado um levantamento superficial da organização para reconhecimento prévio de seu perfil e principais ações realizadas para, posteriormente, tornar a busca aprofundada mais compreensível. Logo de início, recordamos a forte presença do Butantan nas redes sociais e sua comunicação acessível com o público, respondendo dúvidas e ataques críticos na rede Twitter. Ademais, avaliamos a parceria da organização com Leandro Aparecido Ferreira, o MC Fioti, cantor de 26 anos dono do hit “Bum bum tam tam”, que mais tarde viria a escrever a paródia “Vacina Butantan” como forma de apoio ao trabalho da instituição, incluindo o corpo colaborativo da mesma na gravação do vídeo clipe da nova

¹ Trabalho apresentado no Espaço de Graduação 1 – Monografias e Iniciação Científica, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas;

² Aluna do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná. E-mail: naluthomazini@gmail.com;

³ Aluna do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná. E-mail: gabrielafranco98@gmail.com.

versão da música, e a resposta do público para esta ação.

Seguidamente, foi necessário explorar e coletar posicionamentos contrários ao vírus, à gravidade de seus efeitos na população, às medidas de contenção e às atividades realizadas pelo Butantan com relação ao contexto, nas principais redes sociais e em correntes de mensagens compartilhadas no Whatsapp. Ainda, pesquisamos e aplicamos estudos científicos sobre temas relacionados que tornaram a compreensão do fenômeno mais fundamentável, além de encontrar material científico capaz de embasar as ações sugeridas pela equipe.

Por fim, reunimos todo o material encontrado, factual e científico, para uma análise que relacionasse e comprovasse a existência da necessidade de uma intervenção por parte da comunicação organizacional para controlar e combater os danos da utilização irresponsável e desregularizada da ciência, da tecnologia e da comunicação.

1. A Crise da Desinformação

Desde seu apogeu durante as eleições presidenciais estadunidenses de 2016, entre Hillary Clinton e Donald Trump, e, em seguida, nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, a guerra da desinformação apresenta danos graves a todas as democracias envolvidas e, agora, também ao bem estar social. Tal fenômeno tornara-se comum na rotina online de todos os internautas. Em qualquer rede social é possível encontrarmos evidências da presença e da influência intensa de notícias, fatos e opiniões distorcidas, manipuladas ou puramente elaboradas com o propósito de mudar posicionamentos e convencer mais indivíduos de suas convicções. Todos estão submetidos direta ou indiretamente a serem atingidos por conteúdos irreais ou manipulados por interesses privados. Alguns são facilmente detectáveis e desmentidos, outros são incrivelmente convincentes e, em um primeiro momento, verídicos.

A polarização política presente nos dois embates eleitorais citados acima, representa a crise político-partidária que as grandes democracias enfrentam atualmente. Escândalos de corrupção, julgamentos parciais e discursos de ódio banalizados e proferidos pelo atual presidente do país, Jair Bolsonaro, desde o início de sua participação política, são as principais causas pela divisão da opinião pública que passou a basear-se apenas em posicionamentos políticos de direita ou esquerda. Essa polarização também demonstrou seus efeitos nas plataformas digitais, nas quais grupos identitários formaram-se, fortalecidos pelos algoritmos que separam e apresentam aos usuários conteúdos relacionados às suas buscas e interações, ligando pessoas que têm interesses em comum. Dessa forma, as bolhas ideológicas online reúnem indivíduos que possuem as mesmas crenças e posicionamentos políticos e

excluem a opinião contrária e a possibilidade do diálogo, estimulando, de forma indevidamente desregulada, a disseminação de conteúdos falsos e tendenciosos, promovendo ainda mais a falta de informação e, conseqüentemente, a crença no inacreditável.

Muitos dos usuários presentes nesses conglomerados digitais são convencidos de falsos ideais movidos por um sentimento de nacionalismo, de proteção da pátria, da população e da democracia brasileira. Acreditando fielmente que a mídia tradicional do país esconde e encoberta erros do Estado e que apenas alguns atores políticos realmente exercem sua função em favor do país, seus discursos são frequentemente emotivos, apelativos e inflamatórios, com o principal objetivo de desmascarar a ciência e suas inverdades e publicizar suas descobertas, convencendo o maior número de pessoas possível.

2. A validação do conteúdo infundado

Raquel Recuero, inspirada na teoria de validação da comunicação de Van Leeuwen (2007), analisa estratégias que constituem a difusão de ataques online e das fake news em seu estudo referente aos relatos falsos durante as eleições de 2018. Mesmo que sua adaptação seja sobre seu objeto de estudo, é fácil comparar as características apontadas pela autora com o assunto no geral, englobando sua essência e não apenas seu conteúdo. Tão presente na crise da descrença na eficiência das urnas utilizadas nas eleições, a legitimação dos conteúdos constituintes da crise de desinformação da pandemia do coronavírus também demonstra o fenômeno intitulado de *mythopoesis*, na qual narrativas são elaboradas para criar uma falsa sensação de consenso, revelando o princípio dos conteúdos falsos. Ademais, revela-se a presença de líderes de opinião com voz ativa nas redes sociais que impulsionam esse material, utilizando textos opinativos que passam a ser creditados como fontes originais do discurso e dão-lhe credibilidade, já que os outros usuários compartilham esse conteúdo ao se identificar com o mesmo, validando-o. Fenômeno que aconteceu em demasia durante a pandemia, com atores políticos e figuras públicas questionando abertamente a existência e a seriedade das complicações atreladas ao vírus responsável, publicações estas que foram amplamente disseminadas pelas plataformas online e fomentaram ainda mais discussões e desafios à ciência e a comunicação (IMAGEM 01). É também válido ressaltar a estratégia usada por grupos ideológicos online - que muitas vezes contam com apoio direta e indiretamente de agentes políticos que se beneficiam de sua grande capacidade de manipulação.

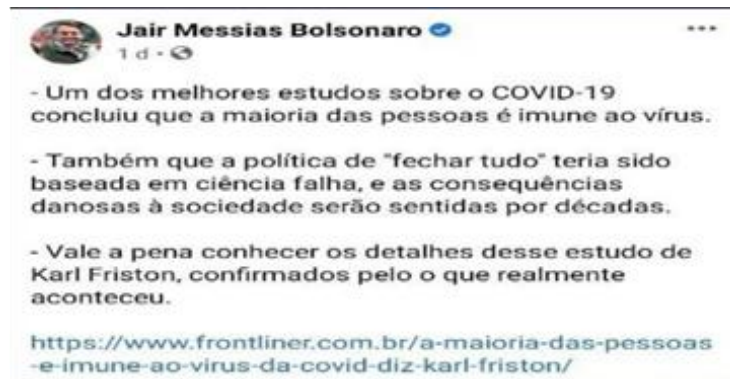


IMAGEM 01 – Presidente da República publicando inverdades nas redes sociais. Fonte: autoras, (2021).

Outro meio de validação em comum apontado se dá através da avaliação moral dos fatos, utilizando argumentos em prol do bem estar social, dos riscos que existiam em forçar a população à ficar em casa, a tomar medicamentos comprovadamente ineficientes como forma de prevenção e cura da síndrome e, principalmente, usam dados científicos de maneira distorcida, de forma com que o medo e a incerteza se espalhem, levando as pessoas a acreditarem não apenas em efeitos colaterais ilusórios e em soluções alternativas às tradicionais, como as vacinas no controle de epidemias, mas também em todo conteúdo que lhes é apresentado (RECUERO, 2020).

3. A apropriação de pesquisas científicas no fortalecimento das fake news

O perigo por trás da utilização de fatos e dados científicos se dá pela facilitação do convencimento de outros indivíduos. Milléo revela quão atraente e convincente um discurso se torna quando está acoplado a uma manchete ou a um estudo científico, mesmo que a crença na ciência esteja em detrimento. Teorias da conspiração fundamentadas em artigos científicos tornou-se um elemento comum a que todos os usuários da web estão sujeitos. É comum encontrarmos publicações que acusem vacinas básicas de implantar um chip de rastreamento e controle mental na população ou de trazer graves danos aos vacinados, conforme Milléo exemplifica casos de relatos de mal estar, convulsões e até morte, atrelados à injeções de medicamentos utilizados contra o HPV (MILLÉO, 2019, pg 27).

Baseados em estudos sobre o uso de substâncias farmacêuticas como a cloroquina, manchetes sobre compras de matérias primas para vacinas por países em que a incidência de contágio e mortes por complicações relacionadas à COVID-19 e pesquisas sobre a eficiência das máscaras faciais fazem parte da enxurrada de conteúdos amplamente disseminados

durante o período da pandemia (IMAGEM 02). Com isso, a ocorrência de ataques xenofóbicos contra países asiáticos e sua população em outros países também tornou-se um elemento presente e ativo durante 2020, além da ampla banalização do cumprimento de medidas de contenção do contágio, como uso de máscaras, distanciamento social e isolamento.



Imagem 02 – Fake News distribuída em grupos do whatsapp. Fonte: autoras, (2021).

A principal analogia feita entre o estudo de Milléo e este, é a recusa e o detrimento da reputação das vacinas. Conforme anteriormente mencionado, a medicação injetada contra o vírus da HPV enfrentara certa desaprovação por uma parte da população, ao mesmo tempo em que as vacinas contra o coronavírus distribuídas atualmente também sofrem esse descrédito, porém, em proporções mundiais. A validação da afirmação cujo a China haveria fabricado o vírus em questão para, mais tarde, desenvolver a vacina apenas para lucrar e tornar-se a maior economia mundial é um exemplo que revela a recusa de parte da população e sua crença em conteúdos não comprovados (IMAGEM 03).

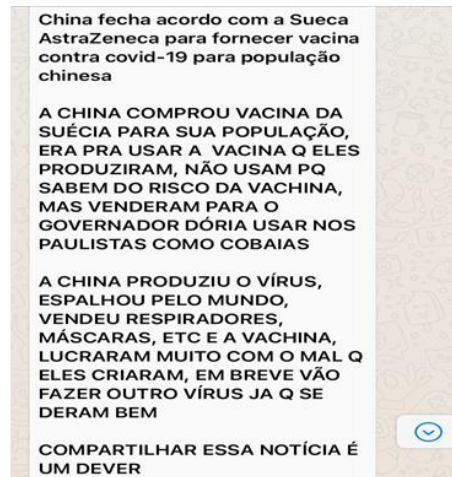


IMAGEM 03 – Fake News espalhada por grupo de whatsapp. Fonte: autoras.

4. Do Histórico do Instituto Butantan

Em 1899, a administração pública do Estado de São Paulo criou um laboratório de produção de soro antipestoso vinculado ao Instituto Bacteriológico, atual Instituto Adolpho Lutz, sob direção do médico Vital Brazil Mineiro da Campanha, por conta de um surto de peste bubônica que se instalou no país e se propagava a partir do porto de Santos. Em 1901, esse laboratório, localizado na Fazenda Butantan, zona Oeste de São Paulo, foi reconhecido como instituição autônoma e passou a se chamar Instituto Serumtherápico. Atualmente, o então chamado Instituto Butantan se destaca como centro de pesquisa biomédica, integrando pesquisas científicas e tecnológicas, produção de imunobiológicos e divulgação técnico-científica, tendo como Missão “pesquisar, desenvolver, fabricar e fornecer produtos e serviços para a saúde da população”, como visão “estabelecer competências visando a tornar-se o principal fabricante global de produtos biológicos e terapias avançadas” e como valores “ética, compromisso, eficiência, qualidade e inovação”.

5. Crise no Instituto

No dia 10 de dezembro de 2020, o Instituto Butantan anunciou o início da fabricação da CoronaVac, vacina que viria a ser utilizada para combate ao Coronavírus. A previsão inicial para divulgação dos resultados sobre sua eficácia era o dia 15 de dezembro. Porém, o governo do estado de São Paulo, em coletiva neste dia, adiou a apresentação dessas informações. Em uma segunda coletiva de imprensa no dia 23 de dezembro de 2020, que teria o mesmo objetivo, o secretário de estado de Saúde de São Paulo, Jean Gorinchteyn, e o diretor do Instituto Butantan, Dimas Tadeu Covas, defenderam a segurança da CoronaVac,

mas não apresentaram os resultados da terceira e última fase do imunizante contra a COVID-19. A justificativa é que a farmacêutica Sinovac pretendia somar os resultados de todos os estudos clínicos com o imunizante e divulgar tudo, de forma consolidada.

Covas defendeu o atraso a partir de uma cláusula existente no contrato entre a Sinovac e o Governo de São Paulo, afirmando que “o anúncio deste número precisa ser feito em conjunto, no mesmo momento. Então, ontem mesmo apresentamos esses números à nossa parceria que, no entanto, solicitou que não houvesse a divulgação pelo motivo que eles necessitam analisar cada um dos casos para poder aplicar esses casos à agência NMPA, que é a Anvisa da China”.

Os dados foram divulgados pelo Instituto apenas no dia 12 de janeiro de 2021. Em meio a tanta euforia, toda essa “demora” e esses adiamentos só fizeram com que os movimentos antivacina se fortalecessem na internet, espalhando fake news e teorias da conspiração, gerando dúvidas sobre a real eficácia da CoronaVac.

6. Das Ações Realizadas pelo Instituto Butantan

O site do Instituto Butantan sempre foi muito bem estruturado, mas após a pandemia sua comunicação precisou ser reforçada, principalmente em meio a uma das maiores crises de desinformação que o nosso país já presenciou. Assim que abrimos a página inicial do portal, já nos deparamos com as principais informações sobre como prevenir a contaminação pelo vírus (IMAGEM 04).

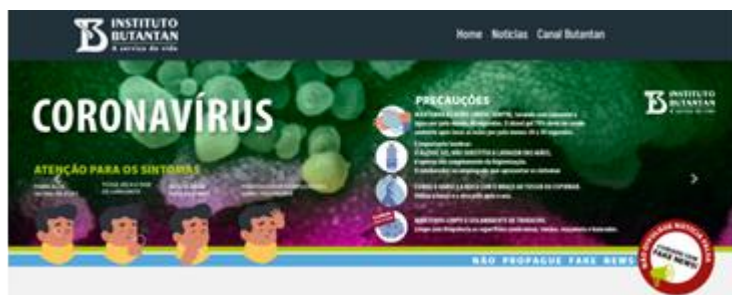


IMAGEM 04 - Cabeçalho do portal do Instituto Butantan. Fonte: Instituto Butantan

O Instituto também possui um espaço na sua página para esclarecer verdades e mentiras espalhadas na rede sobre a pandemia, que se chama “Butantan tira dúvida (fato ou fake) (IMAGEM 05).



IMAGEM 05 - BUTANTAN tira dúvida. Fonte: Instituto Butantan

Podemos perceber que o espaço destinado à transparência (IMAGEM 06) dos processos que envolvem compras de material para a vacinação e atividades relacionadas tem posição de destaque, sendo muito fácil de encontrar, mostrando que a Instituição tem um sério compromisso com a Lei Complementar 131, a Lei da Transparência,

“que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.” (SILVA, Luiz Inácio Lula. LEI COMPLEMENTAR Nº 131).

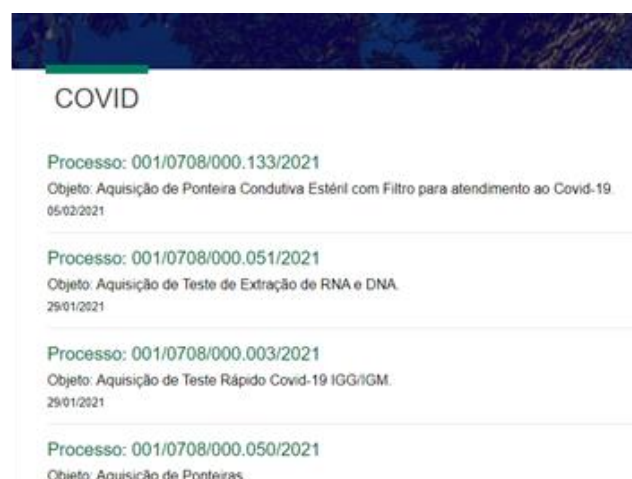


IMAGEM 06 - Portal da Transparência. Fonte: Instituto Butantan

Apesar de ser referência brasileira no que diz respeito ao combate a pandemia de COVID-19, o Instituto Butantan desenvolve outras pesquisas na área da saúde. Portanto, para que as informações não se misturem e não se percam, foi desenvolvido um novo portal exclusivo

para este tema, e também uma Plataforma de Laboratórios para o diagnóstico do Coronavírus (IMAGEM 07) que conta com a assistente virtual Tainá (IMAGEM 08), criada para auxiliar a população no processamento de informações e acompanhamento desde a suspeita até o tratamento após o diagnóstico (IMAGEM 09).



IMAGEM 07 - Plataforma de Laboratórios para o Diagnóstico do Coronavírus. Fonte: Instituto Butantan



IMAGEM 08 - Assistente Virtual Tainá. Fonte: Instituto Butantan



IMAGEM 09 - Integração dos dados e sistemas de inteligência. Fonte: Instituto Butantan

Engana-se quem pensa que a comunicação é voltada apenas para o público adulto ou da saúde. Visando conscientizar toda a população sobre os perigos da pandemia, o Butantan produziu um jogo chamado “Imunidade de Rebanho” (IMAGEM 10), onde simula-se uma onda de vacinações com o objetivo de imunizar 95% dos habitantes da população de uma cidade fictícia. Assim como todo jogo, possui seus obstáculos. Neste caso, são as pessoas do movimento anti-vacina, dos quais o jogador deve tentar convencer a se vacinar (IMAGEM 11), o que não é tarefa fácil.



IMAGEM 10 - Jogo Imunidade de Rebanho. Fonte: Instituto Butantan

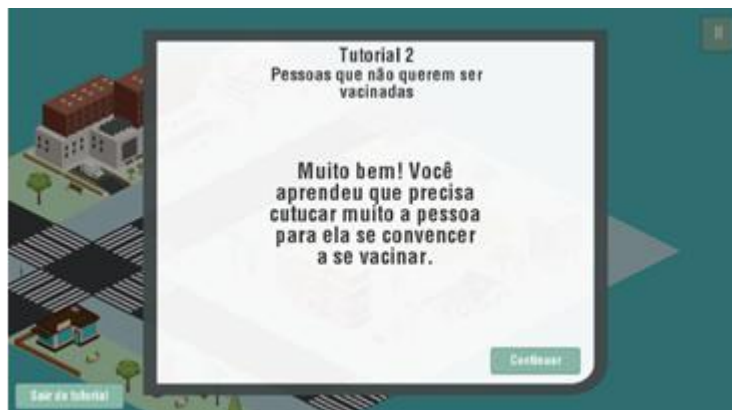


IMAGEM 11 - Jogo Imunidade de Rebanho - Pessoas que não querem se vacinar. Fonte: Instituto Butantan

Ainda para o público infantil, o “Guia de atividades para as famílias - Como funciona a vacina?” (IMAGEM 12) foi criado para explicar aos mais novos, de maneira lúdica, como funciona o sistema imunológico humano, qual a importância das vacinas e como elas reagem no nosso corpo.



IMAGEM 12 - Guia de atividades para as famílias “Como funciona a vacina?”. Fonte: Instituto Butantan

Não poderíamos falar sobre as ações do Instituto sem mencionar a parceria com o MC Fioti (IMAGEM 13). Após a comprovação da eficácia da vacina Coronavac, os internautas trouxeram à tona a música “Vem com Bumbumtamtam”, cujo título se assemelha muito ao nome do Instituto. Rapidamente, o MC elaborou uma paródia chamada “Vacina Butantan”, cujo videoclipe foi gravado dentro das dependências da instituição e contou com a participação de funcionários e pesquisadores que lá trabalham. Segundo Fioti, “o funk é muito importante para a nossa comunidade e muda muito a vida de jovens na periferia. Essa junção da ciência com funk vai fazer a molecada se conscientizar e tomar a vacina. Isso vai ser muito importante e vai ter um impacto grande.”



IMAGEM 13 - Divulgação da parceria entre Instituto Butantan e MC Fioti. Fonte: Instituto Butantan

Além de todas essas ações disponibilizadas no site, o Instituto Butantan ainda está presente nas redes sociais facebook, instagram, linkedin, twitter e youtube. Porém, com exceção desta última por ser exclusiva para vídeos, pudemos perceber que os posts são

sempre os mesmos em todas as outras redes, sem ser alterada nem mesmo a linguagem utilizada nas legendas. Os conteúdos sobre a pandemia, período em que procuramos focar a nossa análise, se misturam com os demais, dificultando ao leitor encontrar informações sobre o assunto em meio a tantas outras pesquisas. A identidade visual também é um pouco bagunçada e não segue um padrão específico, ficando não muito interessante visualmente, entretanto, são sempre muito atenciosos com todos que os procuram através de comentários ou posts e respondem todos os comentários, sejam positivos (IMAGEM 14) ou negativos (IMAGEM 15), e fica claro também que a instituição não só dá essa atenção especial aos seus seguidores como também monitora todos os comentários feitos a seu respeito sem sequer ser mencionado (IMAGEM 16).



IMAGEM 14: Butantan responde internautas em dúvida. Fonte: Twitter Instituto Butantan



IMAGEM 15 - Butantan responde comentários negativos dos internautas. Fonte: Twitter Instituto Butantan



IMAGEM 16 - Butantan responde mensagem de internauta mesmo sem ser mencionado. Fonte: Twitter Instituto Butantan

7. Das Ações Propostas pela Equipe

7.1 Adequar a linguagem para cada rede social diferente

Como vimos anteriormente, o Instituto Butantan tem ótimas pesquisas e as divulga em todas as redes sociais para atingir um maior público, porém essa divulgação é feita exatamente igual em todas elas. Com isso, a nossa proposta é adaptar a linguagem para cada rede, sendo formal ou informal na medida que for necessário. Assim, um público maior será atingido através de identificação.

7.2 Aumentar a divulgação dos materiais disponíveis no site

Muitos materiais interessantes são produzidos pelo Instituto Butantan, como o “Guia de Atividades para as famílias” por exemplo, porém a maioria deles é disponibilizado apenas no site. Se estes fossem fortemente divulgados nas redes sociais, o alcance do público seria gradativamente maior e seu objetivo de conscientização seria atingido com mais facilidade.

7.3 Melhorar a divulgação das informações mais relevantes

Na principal crise enfrentada pelo Instituto Butantan no período da pandemia de COVID-19 que vimos neste artigo, houve um grande problema de comunicação entre a instituição e a imprensa, o que gerou muito desconforto para toda a população e gerou até algumas teorias da conspiração. O motivo apresentado para que as coletivas de imprensa

fossem adiadas mais de uma vez foi que os demais laboratórios não estavam alinhados para divulgar seus resultados na mesma data. O que propomos aqui é que as negociações com os demais envolvidos sejam completas antes de qualquer divulgação, e não verificadas apenas um dia antes como foi feito. Isso facilitaria o relacionamento com o público, diminuiria a euforia de quem estava aguardando informações concretas e reduziria a propagação de notícias falsas, passando maior confiança e credibilidade.

7.4 Criação de Podcast

Muitos podcasts são criados a respeito do Instituto Butantan, principalmente no que diz respeito à CoronaVac, vacina desenvolvida para combate ao COVID-19. Porém nenhum deles foi desenvolvido pelo Instituto, então aqui a proposta é que a instituição crie seus próprios podcasts para dar maior credibilidade às notícias e também atingir um público diferente do usual, que consome mais áudio do que texto.

7.5 Criação de Programetes de Rádio

Não podemos negar que com a ascensão da internet, a maioria do público migrou para esse meio. Porém, muitas pessoas ainda não têm acesso, o que dificulta o recebimento de informação, que em cidades mais remotas acontece apenas pelo rádio. Por conta disso, a criação de programetes de rádio auxiliaria a informação a chegar nesses locais, principalmente agora em tempos de pandemia que orientações de prevenção e vacinação devem ser divulgadas o tempo todo.

7.6 Padronizar a Identidade Visual e dar ênfase na mídia

O Instituto Butantan não possuía uma identidade visual definida antes da pandemia de COVID-19. A qualidade de seus posts melhorou muito depois desse período, porém ainda não têm uma padronização e não conversa diretamente com seus públicos. A ideia é levar uma padronização para além desse período e focar principalmente em ações que estimulem as pessoas a falarem sobre, pois a mídia espontânea que a instituição possui já é muito grande. Podemos perceber isso, por exemplo, no case de sucesso que foi a sua parceria com o MC Fioti e o hit “Vacina Butantan”.

Considerações

“A vida sem ciência é uma espécie de morte.”

Sócrates

Em razão de todas as atuais complicações enfrentadas pelo mundo e da ativa atuação do Instituto Butantan neste contexto, nada mais aplicável que selecionar a participação de um dos maiores centros científicos do Brasil, como objeto de estudo, pelo que representa hoje para a população brasileira e pela sua colaboração em uma das crises de saúde mais intensas da história. Não é possível avaliar as ações tomadas pela organização antes de considerar esses fatos.

Com o intuito de analisar as decisões comunicacionais tomadas pelo Instituto e sugerir a aplicação de novas medidas e alterações de outras, fora necessário realizar uma imersão em grupos ideológicos e coletar posicionamentos que negam e pregam a ignorância de todos em relação à crise do coronavírus, bem como a banalização do efeito das medidas tomadas pela organização em questão e a diminuição de seu feito. Logo, o intuito tornou-se não apenas avaliar sua atuação, mas também considerar seu trabalho. São muitas as ameaças oriundas de uma informação manipulada ou inventada, principalmente para um planejamento de comunicação pública que baseia-se na transparência, em solucionar dúvidas genuínas e garantir que o maior número de indivíduos possam desfrutar de sua colaboração com o bem estar social. Portanto, a contribuição desta pesquisa é aplicada como uma colaboração do empoderamento não apenas do Instituto Butantan mas também da iniciativa científica brasileira.

Assim sendo, as ações sugeridas pela equipe baseiam-se na amplificação dos efeitos do trabalho do Butantan, mirando atingir diferentes públicos, de maneira ainda mais extensa, através de diferentes mídias, para auxiliar no combate da disseminação e aceitação de informações infundadas. Mas, principalmente, utilizando a comunicação e a ciência comunicacional para opor-se ao crescente detrimento de um dos maiores bens da humanidade e da esperança em seus avanços.

Referências

ALMEIDA, Amanda Milléo. **MOVIMENTO ANTIVACINAS NA INTERNET: da apropriação e recirculação do jornalismo de saúde ao emponderamento de grupos no facebook.** Curitiba, 2019. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/64287/R%20-%20D%20-%20AMANDA%20MILLEO%20ALMEIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 03 fev. 2021.



Instituto Butantan. Instituto **Butantan – A serviço da vida**. São Paulo, 2021. Disponível em <https://butantan.gov.br/>. Acesso em 05 fev. 2021.

RECUERO, Raquel. **#FraudenasUrnas**: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. Rev. bras. linguist. apl., Belo Horizonte , v. 20, n. 3, p. 383-406, set. 2020 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982020000300383&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 10 fev. 2021. Epub 12-Ago-2020.> Acesso em 04 fev. 2021.

VAN LEEUWEN, T. J. **Legitimation in discourse and communication**. Discourse & Communication, Londres, v. 1, n. 1, p. 91-112, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>. Acesso: 04 fev. 2021.