

---

## Uso de ilustrações geradas por Inteligência Artificial: decisões editoriais da Revista *AzMina*<sup>1</sup>

Leriany BARBOSA<sup>2</sup>  
Graziela BIANCHI<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

### RESUMO

O artigo tematiza a Política de Uso da *Revista AzMina* sobre o auxílio de recursos de Inteligência Artificial (IA) Generativa ao criar ilustrações que acompanham conteúdos jornalísticos. O trabalho selecionou materiais veiculados que tiveram como pauta o Dia dos Namorados e foram publicados em junho de 2024, buscando identificar aspectos relacionados à utilização de artes e ilustrações que compõem reportagens realizadas com participação de IA generativa. Considerou-se ainda a necessidade de observar o editorial da revista como forma de identificar quais ilustrações possuem elementos criados por IA, além de avançar em reflexões e debates sobre o tema.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ilustração; Editorial; Política de Uso; Construção Social da Realidade; Imagens.

### INTRODUÇÃO

O uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) Generativa para a produção jornalística se apresenta de forma crescente, conforme mostra o levantamento global de Beckett e Yaseen (2023). Entende-se o uso da IA como participante de um processo que contribui para uma rotina mais automatizada, pretensamente mais eficiente e que pretende-se avançando para um potencial com vistas à participação de audiências por meio de ferramentas de metrificação (Beckett, Yaseen, 2023; Kalsing, 2021). Desta forma, o presente artigo analisa a Política de Uso d'*AzMina* sobre a implementação de recursos de IA na criação de imagens para ilustrar materiais jornalísticos realizados pela revista digital.

Interessa também refletir sobre qual o conceito de IA utilizado como base para analisar o uso dessas ferramentas pelo veículo jornalístico *AzMina*. Segundo Zandomênic (2022), as primeiras discussões conceituais sobre IA foram realizadas por

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Bolsista Capes, mestranda e integrante do Grupo de Estudos de Mídias Digitais (GEMIDI). Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). E-mail: [lerianybarbosa@gmail.com](mailto:lerianybarbosa@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutora e coordenadora do Grupo de Estudos de Mídias Digitais (GEMIDI-UEPG/CNPq). Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). E-mail: [gsbianchi@uepg.br](mailto:gsbianchi@uepg.br).

---

um cientista da computação, o britânico Alan Turing, em 1950, e que foram denominadas como ‘Teste de Turing’:

O objetivo dele era uma definição operacional sobre a inteligência. O computador passaria no teste se conseguisse responder, por meio de digitação on-line, perguntas feitas por um humano e ele não descobrisse que a interação era com uma máquina (Zandomênic, 2022, p. 29).

Para Pessoa Neto *et al* (2023) as discussões sobre IA transitam nos mais diversos campos de pesquisa, desde Filosofia, Letras, Sociologia, Computação a até Informática, Comunicação e Jornalismo (p. 2). Por isso, mostra-se pertinente discutir sobre o uso de ferramentas de IA para automatizar tarefas que antes eram realizadas exclusivamente por jornalistas ou profissionais relacionados à área. No artigo publicado por Essenfelder e Sant’Anna (2022), sobre as experiências e obstáculos enfrentados pelo Jornalismo com a aplicação de IA no Brasil, os autores apresentam conceitos-chave que nos permitem compreender melhor sobre a origem dessa tecnologia, com base em estudos de Russell e Norvig (2016).

Para ambos, a IA “pode ser entendida como um campo das ciências da computação ou como um conjunto de práticas de engenharia” (Russell, Norvig, 2016 *apud* Essenfelder, Sant’Anna, 2022, p. 481). Além de que existem dois grandes campos teleológicos sobre a IA, enquanto um deles tem como finalidade o humano, o outro trata da ‘racionalidade’ e ‘eficiência’, sem comparar com o padrão humano (Russell, Norvig, 2016 *apud* Essenfelder, Sant’Anna, 2022, p. 481).

O que interessa para o presente artigo é, justamente, a segunda perspectiva de campo teológico sobre IA, uma vez que “é mais importante construir máquinas que entendam cenários e reajam a problemas imprevistos, não programados, do que construir máquinas que imitam homens” (Essenfelder, Sant’Anna, 2022, p. 481). Tal perspectiva se apresenta muito interessante na teoria, contudo, o uso descontrolado e inapropriado de ferramentas de IA, que ignoram a supervisão humana e questões éticas da profissão jornalística, reforçam a necessidade do debate diante do tema apresentado neste trabalho que relaciona Políticas de Uso de IA pela *Revista AzMina* ao criarem ilustração com o auxílio de tais ferramentas.

O editorial, que fala sobre a revista estar utilizando Inteligência Artificial Generativa na criação de conteúdos jornalísticos, foi publicado no dia 14 de dezembro de 2023. De acordo com ele, o uso de IA já era corriqueiro para monitorar a tramitação

---

de projetos de lei no legislativo brasileiro, sendo utilizado pelo projeto *Elas no Congresso* - idealizado e realizado pela revista em questão. A publicação também informa ter implementado recursos de IA na redação para transcrever entrevistas e em apurações de textos e vídeos. Porém, conforme o editorial, a IA generativa passou a ser utilizada após a equipe de criação de artes da revista ter dificuldades em encontrar imagens de casais inter-raciais para ilustrar uma reportagem<sup>4</sup>.

Para a revista, a limitação de opções e também os estereótipos retratados em bancos de imagens disponíveis fez com que a equipe começasse a testar IA generativa para criar imagens que, ironicamente, pudessem melhor condizer com a realidade. Desde então, a *AzMina* garantiu que, todo e qualquer material que utilize recursos que advém desta tecnologia, será revisado. Para a revista digital, o comprometimento com o leitor é um dos pilares éticos da equipe. A *Revista AzMina* aborda, desde 2015 - ano de sua criação -, temas diversos com recorte de gênero, considerando as “perspectivas de raça/etnia, classe, orientação sexual e identidade de gênero” (AZMINA, s.d.).

Referente ao uso de IA Generativa, a revista reforça que as limitações de bancos de imagens gratuitos fizeram com que a equipe de criação de artes criasse ilustrações, seja por meio de composição imagética ou recortes de fundo, com o auxílio de tal tecnologia. Outra questão que a Política de Uso da *AzMina* menciona é que, por sua identidade visual ser reconhecida nacionalmente - visto que possui características próprias, com base em cores e design gráfico - as ilustrações geradas por IA têm o “único fim de complementar essa limitação de raças, corpos e temáticas desenvolvidas em diversos produtos” (AZMINA, s.d.). Pois para a revista, os bancos de imagens não representam imagetivamente as pautas que a equipe está acostumada a trabalhar.

A revista online surgiu por meio de um financiamento coletivo, que possibilitou a criação do site *AzMina*. Desde 2017, o veículo faz parte do *Instituto AzMina*, organização sem fins lucrativos, que também gerencia o *Elas No Congresso*, *MonitorA*, *Mapa das Delegacias da Mulher*, o aplicativo de enfrentamento à violência doméstica, o *PenhaS*, e campanhas para combater a desigualdade e violências. Outro ponto a destacar é o envolvimento da publicação com *The Trust Project*, consórcio global em

---

<sup>4</sup> A reportagem foi publicada no Dia dos Namorados de 2023, com o objetivo de falar sobre as dificuldades e afetos dos casais interracialis. Ler conteúdo completo: <<https://azmina.com.br/reportagens/relacionamentos-inter-raciais-amor-afeto-e-desafios/>>.

---

que mais de 200 veículos noticiosos possuem o compromisso com a transparência jornalística.

Desta forma, a *AzMina* publica um editorial sobre o tema, além de atualizar suas Políticas de Uso referente aos recursos de IA generativa<sup>5</sup> adotados para a criação de conteúdos visuais e demais suportes à redação. Considerando o contexto apresentado, o trabalho busca analisar reportagens que trazem como ilustração imagens feitas parcialmente por IA generativas. Neste sentido, os objetivos específicos procuram: a) compreender o editorial de Política de Uso da revista sobre o recurso tecnológico referente a criação de conteúdos de multimídia, b) diagnosticar se as artes possuem identificações por terem sido criadas com auxílio de ferramentas de IA e c) destacar a padronização adotada pela *AzMina* diante da criação das artes.

O artigo articula análise editorial com referenciais teóricos sobre discussões que envolvem práticas jornalísticas e Inteligência Artificial, uma vez que a tecnologia está integrando às redações jornalísticas desde os primeiros anos deste milênio (IOSCOTE, 2023, p. 2).

## **METODOLOGIA**

Ao considerar que o artigo tem como objeto empírico de referência a Política de Uso d'*AzMina* sobre Inteligência Artificial Generativa, destaca-se que o principal método utilizado no trabalho realizado é a análise documental deste conteúdo, pois assim o artigo pode cumprir com os objetivos estabelecidos, a fim de entender como se dá o processo de criação de artes das imagens que estampam as reportagens da revista. Com o intuito de responder se o uso de IA generativa tornou-se habitual para a criação de artes e ilustrações, é realizado um levantamento de conteúdos jornalísticos que teve como pauta o Dia Dos Namorados, todos publicados em 2024.

Para a delimitação dessa amostragem, o artigo buscou no site da *Revista AzMina* reportagens, entrevistas e artigos de opinião que falassem sobre o Dia dos Namorados, usando para tanto filtros de busca com as seguintes palavras: *amor, relacionamento* e

---

<sup>5</sup> Conferir a Política de Uso da *Revista AzMina* diretamente na íntegra: <<https://azmina.com.br/revista-azmina/#uso-de-inteligencia-artificial>>.

*dia dos namorados*<sup>6</sup>. Diante deste movimento, constatou-se a presença de três conteúdos sobre a temática, como pode ser observado a seguir:

**TABELA 1 - CONTEÚDOS D’AZMINA SELECIONADOS PARA ANÁLISE**

| DATA       | TÍTULO                             | AUTORA                                | ILUSTRADORA       | EDITORIA          | LINK  |
|------------|------------------------------------|---------------------------------------|-------------------|-------------------|---|
| 10/06/2024 | Por um Dia dos Namorados feminista | Fhoutine Marie (Dra. Fufu)            | Giulia Santos     | Coluna de Opinião | <a href="https://azmina.com.br/colunas/por-um-dia-dos-namorados-feminista/">https://azmina.com.br/colunas/por-um-dia-dos-namorados-feminista/</a> |
| 12/06/2024 | A ciência por trás do amor         | Ana Carolina Araújo                   | Sem identificação | <i>Newsletter</i> | <a href="https://www.instagram.com/p/C8IBUOhxOkD/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/C8IBUOhxOkD/?img_index=1</a>                           |
| 14/06/2024 | O amor é feminino                  | Natali Carvalho e Ana Carolina Araújo | Sem identificação | Entrevista        | <a href="https://azmina.com.br/reportagens/amor-feminino-relacionamentos/">https://azmina.com.br/reportagens/amor-feminino-relacionamentos/</a>   |

**FONTE: Das autoras.**

<sup>6</sup> Para que a procura fosse mais efetiva, as autoras também tiveram a preocupação de olhar as redes sociais digitais da revista, a fim de identificar outros conteúdos sobre a temática que pudessem ter passado despercebidos no primeiro movimento exploratório. Por meio dessa pesquisa, identificou-se a *newsletter Olha o que ela faz*, que *AzMina* compartilha com os leitores e leitoras pelo e-mail. Como a temática condizia com a pesquisa, ela foi integrada neste artigo.

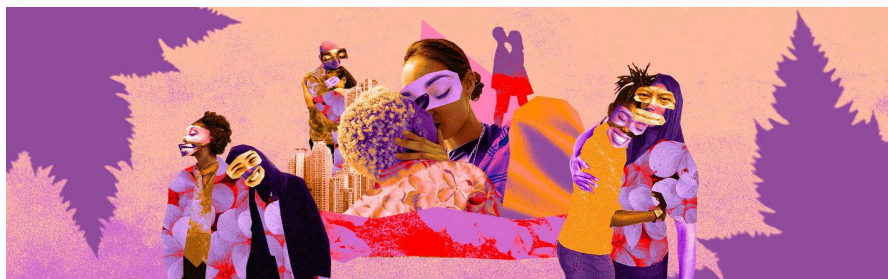
A partir dos conteúdos selecionados, é realizada a identificação de quais possuem artes criadas com auxílio de recursos de IA generativa e, assim, buscou-se por padrões referentes à criação imagética d'*AzMina* verificando se as imagens seguem o que o editorial da revista propõe sobre o uso de IA no processo de elaboração jornalística. De acordo com a própria Política de Uso, as diretrizes estabelecidas devem orientar as formas com que a IA é utilizada pela equipe, principalmente no que tange a criação de conteúdo (AZMINA, s.d.).

### **IA GENERATIVA COMO SOLUÇÃO PARA RECURSOS IMAGÉTICOS**

“Sim, estamos testando o uso de inteligência artificial em tarefas cotidianas [...]. E diante da limitação de imagens e dos estereótipos retratados em bancos de imagens, nossa equipe de arte segue testando o uso de IA para atividades de criação” (AZMINA, 2023). Estas são as exatas palavras d'*AzMina* sobre o uso de IA generativa ao criar imagens para ilustrar seus conteúdos jornalísticos. Como já mencionado, a revista afirma que não publica nenhum conteúdo feito com auxílio de IA sem a supervisão de um humano.

Ainda segundo a Política de Uso, as “imagens geradas por IA têm o único fim de complementar essa limitação de raças, corpos e temáticas desenvolvidas em diversos produtos. Elas serão utilizadas apenas para fins ilustrativos e, nesses casos, a informação de que houve uso de IA constará na legenda” (AZMINA, s.d.). Entretanto, com base nos três conteúdos selecionados para análise, em nenhuma das imagens consta que elas foram elaboradas com auxílio de IA generativa, visto que elas possivelmente foram, ainda mais se compararmos a padronização de ilustrações realizadas pela revista. Outro adendo é a reportagem que *AzMina* cita ter sido a pioneira ao ter como ilustração imagens feitas por IA (ver a seguir), a própria não consta a utilização desse recurso na legenda, contendo somente o crédito da ilustradora.

IMAGEM 1 - Capa da reportagem ‘Relacionamentos inter-raciais: amor, afeto e desafios’



FONTE: Revista AzMina.

Para Ferrari (2024), os deslizamentos informacionais, sem a devida checagem ou transparência, por parte do profissional de imprensa, “contribuem para a imagem de instituição não digna de confiança” (p. 122). Logo, a credibilidade da revista pode estar em análise pelos leitores, mesmo que a IA seja utilizada para mobilizar recursos de automatização que sejam considerados inofensivos, a realidade é que “se cair nas mãos erradas, pode mudar completamente a ordem de poder mundial” (Ferraro, 2024, p. 75).

Diante do uso de ferramentas de IA para criar conteúdos imagéticos, cita-se o caso polêmico que envolveu a capa do livro *Frankenstein*, feita pelo designer Vicente Pessoa e publicada pela editora Clube de Literatura Clássica, em 2022. O clássico de Mary Shelley foi desclassificado na semifinal do Prêmio Jabuti de 2023<sup>7</sup>, uma vez que o produto tinha sido ilustrado inteiramente com auxílio de IA. A polêmica permite refletir sobre: será que recorrer a IA para criar projetos artísticos reflete-se em uma atitude que configura características autorais, ou será que a fiscalização humana conta neste momento, visto que a arte final precisa estar adequada às exigências do(a) criador(a)?

Devido a estes questionamentos, entende-se que urge a tarefa de discutir possíveis regulamentações voltadas à IA, uma vez que “os desafios impostos pelas inovações tecnológicas, aliados às questões de saúde pública e aos ataques às estruturas democráticas consolidadas, potencializaram e aceleraram essas tramitações e aprovações” (BITTENCOURT, 2024, p. 113). Portanto, quanto mais o veículo

---

<sup>7</sup> Após a lista de classificados repercutir nacionalmente, a Câmara Brasileira do Livro (CBL) resolveu desclassificar, retirando-a da categoria ‘Ilustração’. Veja a informação completa: <<https://agenciabrasil.etc.com.br/geral/noticia/2023-11/livro-ilustrado-por-ia-e-retirado-da-lista-do-premio-jabuti>>.

jornalístico for transparente com o seu público sobre o uso de IA, mais cria-se um vínculo de credibilidade.

Dos três conteúdos observados, somente um trouxe a imagem de uma pessoa real, visto que era uma entrevista com a escritora e psicanalista, Ana Suy, como mostra a imagem a seguir:

IMAGEM 2 - Capa da entrevista ‘O amor é feminino’



**FONTE:** Revista AzMina.

Todos os demais conteúdos trouxeram elementos que não seria possível identificar quais rostos de fato eram evidenciados, como pode-se verificar na imagem a seguir:

IMAGEM 3 - Capa da coluna de opinião que pauta ‘Por um dia dos namorados feminista’



**FONTE:** Revista AzMina.



Com isso, nota-se uma padronização nas ilustrações da revista, que possibilita decifrar quais, possivelmente, utilizam recursos de IA generativa. Entretanto, como já indicado, nenhuma das artes menciona se foram ou não feitas com o auxílio de IA, o que descredibiliza o comprometimento da Política de Uso para com o público leitor.

### **UMA TENTATIVA DE REPRESENTAR A REALIDADE**

Com base nos estudos sociais de Berger e Luckmann (1985) diante de uma visão construtivista da sociedade, mostra-se válido refletir sobre como as ilustrações feitas com auxílio de ferramentas de IA, publicadas pela *AzMina*, tentam representar a realidade. Para os autores, os indivíduos constroem a realidade social, mesmo que exista uma realidade bruta “o homem se produz a si mesmo.” (Berger, Luckmann, 1985, p. 72). Em outras palavras, pode-se interpretar que existe uma espécie de realidade para cada pessoa, devido às suas experiências sociais vivenciadas cotidianamente.

A realidade social que o homem constroi também o influencia, ainda mais se considerar que “a sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objetiva. O homem é um produto social.” (Berger, Luckmann, 1985, p. 87). Mas não somente objetiva, os autores também afirmam que a sociedade é uma realidade tanto subjetiva por ser construída com base em cada experiência humana do indivíduo que possui conhecimento sobre ela (Berger, Luckmann, 1985, p. 173). Por isso, o trabalho realizado pela equipe de ilustração da *Revista AzMina* pode ser interpretado como uma tentativa de representar a realidade, não como ela é de fato, mas de um modo que se assemelhe com os assuntos que as jornalistas buscam pautar aos leitores e leitoras.

Afinal, existem diversas realidades que são construídas por diversos indivíduos, e se as pessoas possuem conhecimento sobre algumas delas, logo, a construção social deve ser representada de alguma forma. Para o jornalismo, a construção de um produto jornalístico pode ser feita por meio de diversas narrativas, sejam elas textuais (notícias, reportagens, entrevistas, etc) ou imagéticas (por meio de fotos, infográficos e ilustrações). Contudo, o conteúdo tentará representar a realidade, seja ela construída ou não artificialmente, não sendo necessariamente como uma situação isoladamente objetiva, mas também subjetiva.

## CONSIDERAÇÕES

A revista, que segue um viés alternativo de veículo jornalístico, utiliza elementos de IA generativa de modo que contribui para a produção e disseminação de conteúdos representativos. Porém, o veículo ainda falha ao não enfatizar quais imagens foram criadas por meio de IA generativa, indo contra ao que cita em seu editorial, uma vez que *AzMina* menciona em sua Política de Uso que iria informar as leitoras e leitores quais conteúdos imagéticos seriam feitos com auxílio desta tecnologia.

Esta identificação serve de alerta à revista, uma vez que, segundo o seu próprio editorial, “todas as maneiras de usá-la [IA] ainda são testes, e justamente porque nada é definitivo, nossa política de uso será constantemente atualizada” (AZMINA, 2023). Portanto, entende-se a necessidade de transparência, por parte da equipe, ao informar o público sobre quais conteúdos imagéticos foram feitos com auxílio de IA generativa.

Destaca-se que o tema Política de Uso de IA Generativa em redações jornalísticas não se esgota neste artigo, uma vez que ele é o passo inicial para a discussão do assunto perante as adaptações que a profissão sofre com a crescente utilização dessa tecnologia, não somente no campo do Jornalismo, mas em diversos outros campos, como o da Medicina, da Agricultura e da Educação.

Por fim, o uso de ferramentas de IA para ilustrar conteúdos jornalísticos entra na discussão sobre representação da realidade, tal qual todos os materiais que o jornalismo produz. Nota-se que existe uma tentativa da revista em querer representar diversas realidades, por isso, o veículo recorreu ao auxílio da IA ao elaborar ilustrações. Como mostrou a análise, a revista começou a utilizar tais recursos, após ter dificuldade em representar imagetivamente casais inter-raciais que fugissem de estereótipos e padronizações. Neste sentido, para *AzMina*, o uso de ferramentas de IA serve como uma alternativa para criar ilustrações que tentam adequar-se com a realidade que a revista pauta.

## REFERÊNCIAS

AZMINA. **Revista AzMina**. s.d. Disponível em: <<https://azmina.com.br/revista-azmina/#uso-de-inteligencia-artificial>>. Acesso em: 21 jun. 2024.

---

\_\_\_\_\_. **AzMinha publica política de uso de Inteligência Artificial**. 2023. Disponível em: <https://azmina.com.br/colunas/azmina-publica-politica-de-uso-de-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 21 jun 2024.

BECKETT, Charlie; YASEEN, Mira. Gerando el cambio: Un informe global sobre qué están haciendo los medios con IA. *In: Polis Journalism at LSE*: Londres, 2023. Disponível em: <https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change>. Acesso em: 21 jun. 2024.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

BITTENCOURT, Maíra. Panorama mundial de regulamentação das plataformas digitais: análise das leis, projetos e processos regulatórios para as plataformas digitais e inteligência artificial. *In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; GIACOMELLI, Fábio. Inteligência Artificial e Jornalismo Móvel: Contextos, tendências, práticas e perspectivas*. Editora LabCom: Covilhã, 2024, 113-133. Disponível em: <https://labcomca.ubi.pt/inteligencia-artificial-e-jornalismo-movel-contextos-tendencias-praticas-e-perspectivas/>. Acesso em: 18 set. 2024.

ESSENFELDER, Renato; SANT'ANNA, Emílio. Inteligência artificial aplicada ao jornalismo no Brasil: Experiências e obstáculos à adoção de tecnologias inteligentes. *In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina Rodrigues; MORAIS, Ricardo; GIACOMELLI, Fábio (Org.). Mobilidade e Inteligência Artificial: Os novos caminhos do jornalismo*. Editora LabCom: Covilhã, 2022, 475-497. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/144601/2/587791.pdf>. Acesso em: 19 set. 2024.

FERRARI, Pollyana. **A era do prompt: inteligência artificial, colonialismo, devires e desinformação**. Cachoeirinha: Editora Fi, 2024.

IOSCOTE, Fabia Cristiane. Produção de notícia ou de texto? Um estudo exploratório sobre potenciais e limitações do ChatGPT, Bard AI e MariTalk para o Jornalismo. *In: 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2023, Brasília. Anais...* Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/producao-de-noticia-ou-de-texto-um-estudo-exploratorio-sobre-potenciais-e-limita?lang=pt-br>. Acesso em: 25 jun. 2024.

KALSING, Janaína. **Jornalistas metrificados e a plataformação do Jornalismo**. Programa de Pós-graduação em Comunicação (Dissertação). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2021.

PESSÔA NETO, Paulo; SANTOS, David; BIANCHI, Graziela. Inteligência Artificial: o percurso de trabalhos em revistas brasileiras nas áreas da Comunicação, Jornalismo e Ciências da Informação. *In: XVI Simpósio Nacional da ABCIBER, 2023, Santa Maria. Anais...* Santa Maria, UFSM, 2023. Disponível em: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber16/paper/view/2343/1129>. Acesso em: 21 maio 2024.

ZANDOMÊNICO, R. Inteligência Artificial e Jornalismo: implicações na redação de notícias e na aquisição do conhecimento. *In: Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, [S. l.], v. 9, n. 2, 2023. DOI: [10.5212/RevistaPautaGeral.v9.21397](https://doi.org/10.5212/RevistaPautaGeral.v9.21397). Acesso em: 20 set. 2024.