

ANÁLISE DO MOVIMENTO BRASIL SOBERANO NAS POSTAGENS DO INSTAGRAM DO GOVERNO DO BRASIL¹

Alex Souza Moraes²

Janaina Frechiani Lara Leite³

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Resumo

Este artigo analisa como o Governo Federal mobilizou discursos de soberania nacional, patriotismo e identidade brasileira em sua comunicação digital durante o chamado Tarifaço imposto pelos Estados Unidos em 2025. A pesquisa adota abordagem quali-quantitativa e examina 115 publicações do perfil oficial @govbr no Instagram, realizadas entre julho e outubro de 2025. Os resultados indicam que a comunicação governamental utilizou estratégias voltadas à valorização da identidade nacional e à ressignificação de símbolos patrióticos em um contexto de intensa disputa simbólica e polarização política. Conclui-se que as redes sociais atuaram como espaço de construção e disputa dos sentidos relacionados com a nacionalidade brasileira.

Palavras-chave: Identidade nacional; Soberania; Comunicação Pública; Colonialidade; Tarifaço.

A disputa pelos símbolos nacionais no Brasil contemporâneo

A identidade nacional não se constitui como um elemento fixo ou estável, mas como uma construção histórica e simbólica em constante transformação. Essa identidade, no Brasil, foi marcada por processos de colonização, dependência cultural e pela internalização de valores externos, o que contribuiu para a formação de uma autoimagem frequentemente mediada pelo olhar estrangeiro. No entanto, para além dessas permanências históricas, observa-se no Brasil contemporâneo uma intensificação das disputas em torno dos significados atribuídos à nação, especialmente no que se refere aos seus símbolos.

¹Trabalho apresentado no IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – 22ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 49º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 8º período, do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), e-mail: moraesalex@gmail.br.

³ Orientadora. Docente do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), e-mail: janaina.leite@ufes.br

Nesse contexto, elementos como a bandeira nacional, as cores verde e amarelo e até mesmo a ideia de “ser brasileiro” passam a ser mobilizados de forma estratégica no campo político, assumindo novos significados e sendo apropriados por diferentes grupos. Essa dinâmica evidencia que a identidade nacional não apenas reflete a sociedade, mas também se torna um campo de disputa simbólica, no qual diferentes projetos de país buscam se afirmar.

Um fenômeno recente que marcou a identidade brasileira foi a ascensão do bolsonarismo como um elemento da cultura política nacional.

O bolsonarismo é entendido como uma expressão política contemporânea de extrema direita, caracterizada pela mobilização em torno de Jair Bolsonaro, seu eleitorado e as ideologias que o sustentam, como o anticomunismo, militarismo, anti-intelectualismo, conservadorismo social e defesa do armamento. (Silva, 2025 p. 392)

O movimento bolsonarista se apropriou da bandeira do Brasil, um símbolo nacional que, em teoria, deveria representar todos os cidadãos da nação. No entanto, durante as eleições de 2018 e 2022, esse símbolo passou a assumir um significado político cada vez mais específico, sendo amplamente associado ao apoio ao ex-presidente Jair Bolsonaro. Segundo Freitas e Boaventura (2022, p. 611), “as cores e a bandeira do Brasil se tornaram símbolos de apoio ao bolsonarismo”, processo que foi “validado gradativamente pela retórica nacionalista de Jair Bolsonaro”.

Nesse contexto, a bandeira deixou de funcionar apenas como um símbolo de pertencimento coletivo e passou a atuar como marcador de identidade político-ideológica. O uso das cores verde e amarelo, das camisetas da seleção brasileira e da própria bandeira nacional tornou-se uma forma de sinalizar apoio ao bolsonarismo e de adesão a determinados valores políticos e morais. Como apontam os autores, a exibição da bandeira em janelas, sacadas e automóveis passou a comunicar, de maneira implícita, o enunciado “eu apoio Bolsonaro”. Dessa forma, o símbolo nacional passou a operar como instrumento de identificação política dentro de um cenário de forte polarização.

Além disso, essa apropriação simbólica também produziu efeitos sobre a própria relação da população com os símbolos nacionais. Ao serem fortemente associados a um grupo

político específico, elementos que anteriormente representavam a coletividade nacional passaram a gerar estranhamento ou rejeição em parte da população. Como discutem Freitas e Boaventura (2022), a bandeira passou a significar apenas um séquito político-ideológico, evidenciando uma transformação nos sentidos atribuídos à identidade nacional no Brasil contemporâneo.

Nesse cenário, o patriotismo passou a ser frequentemente associado ao apoio ao bolsonarismo. Os autores observam que o uso da bandeira carregava implicitamente a ideia de “eu apoio Bolsonaro porque sou patriota”, o que também sugeria, de forma indireta, que os adversários políticos não compartilham desse mesmo sentimento nacional. Assim, a identidade nacional passou a funcionar como espaço de disputa simbólica, no qual diferentes grupos buscavam legitimar sua própria visão de Brasil.

O bolsonarismo apresenta características de uma cultura política própria, com mitos, ritos e símbolos, como a camisa da seleção brasileira, que reforçam seu imaginário político e sua identidade coletiva. (Silva, 2025, p. 394)

Figura 1: Bandeira do Brasil e toalha do Bolsonaro



Fonte: Paulo Batistella / DC

Apesar de esse discurso ter vencido as eleições de 2018 e mobilizado milhares de pessoas em torno de uma forte identificação política e simbólica, parte significativa da população que não se identificava com esses ideais passou a se distanciar dos próprios símbolos nacionais. Nesse contexto, a bandeira do Brasil, as cores verde e amarelo e até

mesmo manifestações públicas de patriotismo passaram a ser frequentemente associadas ao bolsonarismo, produzindo uma fragmentação simbólica da identidade nacional.

Ao final do mandato de Jair Bolsonaro, ocorreram as eleições presidenciais de 2022, marcadas por um cenário de intensa polarização política e afetiva. Luiz Inácio Lula da Silva, filiado ao Partido dos Trabalhadores (PT), venceu a disputa eleitoral com um país profundamente dividido, no qual antagonismos políticos extrapolavam divergências ideológicas e se manifestavam também em disputas morais, simbólicas e identitárias. Como observam Andrade, Lamberti e Timmers (2025), a polarização brasileira passou a operar a partir de uma lógica de “*nós versus eles*”, transformando diferenças políticas em formas de pertencimento social e afetivo.

Nesse contexto de intensa polarização, o governo Lula passou a investir em discursos e campanhas que buscavam reconstruir simbolicamente a ideia de unidade nacional. Elementos como a bandeira nacional e a noção de patriotismo passaram a ser mobilizados sob perspectivas associadas à democracia, à diversidade e à união nacional, em uma tentativa de desvincular esses símbolos de uma identificação exclusivamente bolsonarista. Assim, a disputa política brasileira deixa de ocorrer apenas no campo eleitoral e passa também a envolver a disputa pelos significados atribuídos à própria identidade nacional.

Um exemplo disso pode ser observado no vídeo institucional “Agora é paz, agora é Lula presidente”, divulgado após o resultado das eleições de 2022. A peça, que circulou em diversos perfis ligados ao presidente eleito, utiliza elementos simbólicos associados à reconciliação e ao pertencimento coletivo, buscando apresentar o novo governo como representante de um projeto de reunificação nacional após anos de forte divisão política.

No vídeo, a narrativa é construída a partir da aparente oposição entre personagens identificados por diferentes símbolos políticos. Em determinado momento, um dos personagens é apresentado utilizando a bandeira do Brasil e uma camisa amarela e verde, elementos que, no contexto político recente, passaram a ser frequentemente associados ao bolsonarismo. Entretanto, a peça promove uma reviravolta ao revelar que a camisa amarela e verde usada pelo personagem contém o número “13”, número do Partido dos Trabalhadores (PT) e símbolo da campanha de Luiz Inácio Lula da Silva. A

partir dessa revelação, o vídeo desconstrói a associação automática entre determinados símbolos nacionais e uma única posição política, reforçando a mensagem de que a identidade brasileira e os símbolos nacionais não pertencem exclusivamente a um grupo ideológico. A peça é encerrada com o slogan “Agora é paz, agora é Lula presidente”, vinculando a vitória eleitoral à ideia de união e reconstrução nacional.

Figura 2: Vídeo “Agora é paz, agora é Lula presidente”



Fonte: Youtube (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CBZJIGLol8k>. Acesso em 20/05/2026)

Diferentemente da lógica de antagonismo intensificada durante o bolsonarismo, marcada pela separação entre “nós” e “eles”, o vídeo enfatiza ideias de paz, reconstrução e coletividade, mobilizando novamente símbolos nacionais em uma tentativa de ampliar seu significado para além de grupos políticos específicos. Dessa forma, observa-se uma tentativa de ressignificação da própria identidade nacional brasileira, agora vinculada a discursos de união, democracia e diversidade.

Essa disputa evidencia que os símbolos nacionais não possuem significados fixos, mas são constantemente reinterpretados conforme os contextos históricos e políticos. Assim, tanto o bolsonarismo quanto o governo Lula utilizaram elementos simbólicos da identidade brasileira, porém associados a projetos políticos distintos e a diferentes formas de imaginar a nação.

Em meio a esse cenário de polarização e disputa simbólica, outro acontecimento passou a ocupar o centro do debate político e econômico brasileiro: o chamado “Tarifaço”

imposto pelos Estados Unidos durante o novo mandato de Donald Trump. em 2025. Inicialmente, em abril desse ano, o governo norte-americano anunciou tarifas de 10% sobre produtos brasileiros, alegando medidas de proteção à indústria estadunidense. Posteriormente, em julho, as taxas foram ampliadas para até 50% sobre diversos produtos exportados pelo Brasil, intensificando as tensões diplomáticas entre os dois países.

A medida impactou diretamente setores importantes da economia brasileira, especialmente exportações de café, madeira, carne bovina, aço e produtos industriais. Segundo dados apresentados pela CNN Brasil (2025), as compras de café brasileiro pelos Estados Unidos recuaram mais de 50% entre agosto e novembro de 2025, enquanto as exportações do setor madeireiro sofreram queda de 55% durante o período em que as tarifas estiveram em vigor.

Para além dos impactos econômicos, o episódio também assumiu uma dimensão fortemente simbólica e política. As tarifas impostas por Trump passaram a ser interpretadas pelo governo Lula como uma ameaça à soberania nacional e à autonomia econômica do país. Nesse contexto, o governo brasileiro passou a mobilizar discursos centrados na defesa das instituições nacionais, da indústria brasileira e da ideia de um “Brasil Soberano”, buscando transformar a crise comercial em um elemento de fortalecimento da identidade nacional.

Ao mesmo tempo, a crise evidenciou como a polarização política brasileira continuava atravessando debates internacionais. Parte das justificativas utilizadas por Trump para ampliar as tarifas mencionava diretamente o tratamento dado pelo Brasil ao ex-presidente Jair Bolsonaro, classificado pelo republicano como vítima de uma “caça às bruxas”. Dessa forma, questões econômicas, diplomáticas e ideológicas passaram a se misturar, reforçando ainda mais o caráter simbólico das disputas políticas contemporâneas.

Esse cenário também evidenciou contradições presentes na própria construção simbólica do patriotismo bolsonarista. Embora o movimento frequentemente se apresentasse como defensor da soberania nacional, parte de seus apoiadores passou a relativizar ou justificar medidas adotadas pelos Estados Unidos mesmo quando estas

produziam impactos negativos sobre a economia brasileira. Nesse contexto, observa-se uma tensão entre o discurso patriótico mobilizado pelo bolsonarismo e o apoio a ações externas que afetavam diretamente setores produtivos nacionais.

Tal dinâmica revela como o patriotismo, no contexto da polarização contemporânea, deixa de operar exclusivamente em torno da defesa concreta dos interesses nacionais e passa a se articular também a alinhamentos ideológicos e identitários. Assim, a defesa de Jair Bolsonaro e o antagonismo ao governo Lula frequentemente se sobrepunham aos próprios impactos econômicos e diplomáticos sofridos pelo país, evidenciando que a disputa política brasileira ultrapassava questões institucionais e assumia dimensões simbólicas e afetivas.

É nesse cenário que o governo Lula intensifica o uso das redes sociais e da comunicação institucional como ferramentas de reconstrução simbólica da identidade nacional. As publicações produzidas pelo Governo Federal passam, então, a mobilizar discursos relacionados à soberania, patriotismo, união nacional e valorização do Brasil, buscando disputar os sentidos atribuídos aos símbolos nacionais no ambiente digital. É a partir desse contexto que se desenvolve o *corpus* analisado neste trabalho.

Brasil Soberano

A comunicação digital do Governo Federal passou a receber maior atenção ao longo de 2025, especialmente após mudanças na gestão da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom). Em janeiro desse ano, Sidônio Palmeira assumiu o comando da secretaria com a proposta de fortalecer a presença do governo nas plataformas digitais, ampliar o alcance das mensagens institucionais e modernizar a forma de comunicação com a população.

Sidônio Palmeira chegou para combater uma das maiores ameaças à democracia e à coesão social na atualidade: as mentiras contadas como verdade, chamadas de fake news. A crescente propagação de informações falsas nas plataformas digitais têm minado a confiança nas instituições, gerado divisões sociais e alimentado discursos de ódio. Em seu discurso de posse, o novo ministro destacou que a mentira nas redes sociais “manipula pessoas inocentes e ameaça a humanidade”, um problema que ele considera como “cortina de fumaça” criada por radicais de direita para obscurecer a verdade e desinformar a população. (Fundação Perseu Abramo, 2025b)

Conhecido por ter coordenado a campanha presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva em 2022, Sidônio passou a defender uma comunicação mais próxima da linguagem utilizada nas redes sociais, com foco no combate à desinformação e na ampliação do diálogo com diferentes públicos (Fundação Perseu Abramo, 2025a).

As mudanças implementadas pela nova gestão podem ser observadas tanto na linguagem verbal quanto nos elementos visuais das publicações oficiais. Enquanto peças produzidas anteriormente privilegiavam um modelo mais institucional, centrado na transmissão objetiva de informações governamentais, as publicações de 2025 passaram a incorporar recursos gráficos mais dinâmicos, referências à cultura digital e uma linguagem mais direta e acessível. Essa transformação está alinhada tanto com a própria estratégia de modernização da comunicação pública defendida pela Secom, quanto com a sanção da lei que assegura uma comunicação pública mais clara e compreensível para os cidadãos.

As figuras 3 e 4 abaixo exemplificam essa mudança ao comparar duas publicações produzidas em momentos distintos sobre um mesmo tema: viagens diplomáticas realizadas pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Na peça mais antiga, predominam elementos característicos da comunicação institucional tradicional, como a utilização de fotografias, linguagem formal e foco informativo. Já na publicação mais recente, observa-se a adoção de ilustrações, cores vibrantes, referências visuais à cultura dos países visitados e textos simplificados, construídos a partir de uma linguagem mais próxima daquela utilizada nas plataformas digitais. Essa mudança demonstra não apenas uma atualização estética, mas também uma transformação na estratégia comunicacional do governo, que passa a buscar maior identificação, engajamento e compreensão por parte do público nas redes sociais.

Figura 3: Carrossel “O que o presidente Lula vai fazer no Chile?”



Fonte: Instagram (Disponível em: https://www.instagram.com/govbr/p/C-QzGBIR7Au/?img_index=1. Acesso em 06/06/2026)

Figura 4: Carrossel “O que o presidente foi fazer no Japão?”



Fonte: Instagram (Disponível em: https://www.instagram.com/govbr/p/DH1HbwUxWDc/?img_index=1. Acesso em 06/06/2026)

O corpus desta pesquisa é composto por publicações realizadas no perfil oficial do Governo Federal (@govbr) na plataforma Instagram entre os dias 9 de julho e 16 de outubro de 2025. O recorte temporal foi definido a partir do anúncio das tarifas impostas pelos Estados Unidos ao Brasil, episódio que ficou conhecido como "Tarifaço", até o início das negociações para a retirada parcial dessas medidas. A escolha desse período justifica-se por compreender um momento de intensa mobilização discursiva do Governo Federal em torno de temas relacionados à soberania nacional, identidade brasileira e posicionamento do país no cenário internacional.

A pesquisa adota uma abordagem quali-quantitativa. Segundo Schneider, Fujii e Corazza (2017), a articulação entre procedimentos qualitativos e quantitativos possibilita uma compreensão mais ampla dos fenômenos estudados, uma vez que permite observar tanto aspectos mensuráveis quanto significados e interpretações produzidos pelos sujeitos e objetos analisados. Os autores defendem que a complementaridade entre os métodos favorece o enriquecimento das investigações ao possibilitar a análise de diferentes dimensões de uma mesma realidade.

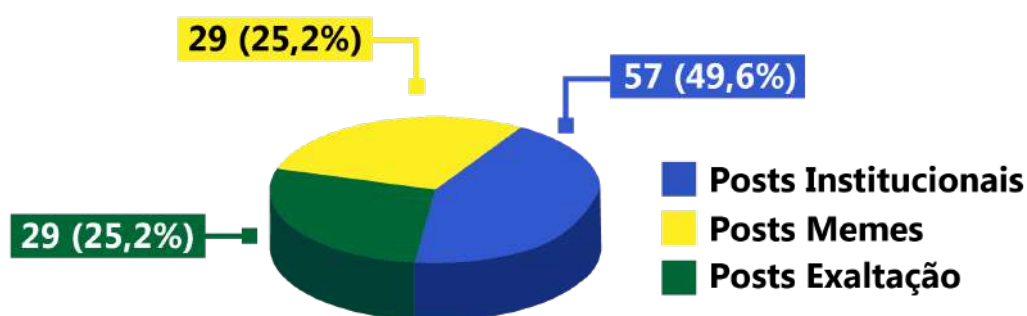
A etapa quantitativa consistiu no levantamento, catalogação e classificação das publicações relacionadas ao tema da pesquisa. Para isso, foi elaborada uma planilha contendo todas as postagens publicadas pelo perfil durante o período analisado que apresentavam relação direta ou indireta com a construção discursiva da soberania nacional. Como critérios de seleção, foram consideradas publicações que abordavam a defesa da soberania brasileira, a valorização da cultura nacional, discussões envolvendo o Pix, referências ao conflito diplomático com os Estados Unidos e conteúdos que utilizavam expressões como "O Brasil é dos brasileiros" ou mensagens semelhantes de valorização da identidade nacional.

Após o processo de curadoria, foi constituído um corpus composto por 115 publicações. Com o objetivo de organizar a análise, os conteúdos foram classificados em categorias definidas a partir de suas características visuais e discursivas predominantes. Embora algumas publicações apresentassem elementos que permitiriam seu enquadramento em mais de uma categoria, optou-se por classificá-las de acordo com o aspecto que se mostrou mais relevante em sua construção verbal e imagética, desde o início da execução.

A categorização permitiu identificar diferentes estratégias comunicacionais adotadas pelo Governo Federal durante o período analisado. As publicações institucionais concentram conteúdos voltados à divulgação de ações governamentais, posicionamentos oficiais e informações de interesse público. Já a categoria de memes reúne peças que incorporam referências à cultura digital, humor e linguagem característica das redes sociais. Por fim, as publicações classificadas como exaltação do Brasil são aquelas que enfatizam elementos relacionados à identidade nacional, à cultura brasileira, ao patriotismo e à soberania do país. Embora a divisão em categorias tenha como objetivo organizar o corpus e facilitar sua compreensão, as estratégias identificadas frequentemente se sobrepõem nas publicações analisadas. Assim, cada uma dessas categorias será examinada de forma mais aprofundada nas seções seguintes, buscando compreender como os diferentes recursos discursivos e visuais foram mobilizados pelo Governo Federal na construção de narrativas relacionadas à soberania e à identidade nacional durante o período do Tarifaço.

A distribuição das publicações por categoria pode ser observada no abaixo.

Gráfico 1: Tipologia dos posts



Fonte: Elaborado pelo autor

Observa-se a predominância das publicações institucionais, que representam aproximadamente 49,6% do *corpus* analisado, seguidas pelas publicações classificadas como memes e pelas peças de exaltação do Brasil, cada um compõe 25,2% do corpus. Apesar disso, as peças marcadas pela linguagem memetica também fizeram parte de

diversas publicações institucionais e de exaltação, mesmo não sendo a categoria predominante. Essa distribuição evidencia que, embora a comunicação institucional continue sendo majoritária, o governo passou a incorporar com frequência recursos característicos da cultura digital e discursos de valorização da identidade nacional em sua estratégia comunicacional.

Considerações Finais

Esta pesquisa analisou o movimento Brasil Soberano nas postagens do perfil @govbr no Instagram durante o Tarifaço imposto pelos Estados Unidos (9 de julho a 16 de outubro de 2025). O objetivo foi compreender como a comunicação governamental mobilizou elementos de patriotismo e soberania para construir uma narrativa política diante das tensões diplomáticas e da polarização nacional.

Contemporaneamente, a disputa pelos símbolos nacionais foi acentuada pela cultura política do bolsonarismo, que converteu a bandeira nacional e as cores verde e amarelo em marcadores ideológicos de apoio ao ex-presidente, gerando afastamento e rejeição desses símbolos por parte dos opositores (Freitas; Boaventura, 2022).

A análise quali-quantitativa das 115 publicações do Governo Federal indicou uma estratégia de reconstrução de sentidos dividida em três categorias principais: posts institucionais (49,6%), memes (25,2%) e posts de exaltação (25,2%). Na categoria institucional, a gestão de Sidônio Palmeira na Secom operou uma clara modernização estética para simplificar as mensagens públicas, perceptível ao comparar o formato tradicional de fotos (viagem ao Chile) com o modelo dinâmico de ilustrações alinhado à cultura digital (viagem ao Japão). Nas categorias de memes e exaltação, o governo apropriou-se de *trends* e recursos da cibercultura para pautar a soberania, utilizando desde carrosséis estáticos até conteúdos em formato de vídeo e *reels*.

Os resultados apontam que o movimento Brasil Soberano buscou construir uma narrativa de pertencimento contra interferências externas, revelando as contradições de um cenário polarizado onde alinhamentos de "nós versus eles" levaram setores da oposição a apoiarem sanções que prejudicavam a própria economia do país. Como limitações, a pesquisa focou apenas no perfil do Governo Federal no Instagram. Estudos

futuros podem expandir a análise para outros órgãos governamentais ou investigar o perfil pessoal do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

O trabalho contribui para o debate sobre comunicação pública e cultura digital ao demonstrar como as redes sociais se tornaram ciberterritórios de disputas políticas permanentes. A bandeira, o patriotismo e a própria ideia de Brasil continuam em constante reconstrução, revelando que a identidade nacional não é um elemento fixo, mas um processo contínuo de negociação de sentidos.

Referências

CANAL ESQUERDA BRASIL. **Agora é paz, agora é Lula Presidente**. YouTube, 2025. 1 vídeo (14 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CBZJIGLol8k>. Acesso em: 20 mai. 2026.

FREITAS, Emami Cesar de; BOAVENTURA, Luis Henrique. Enunciados aderentes: a bandeira do Brasil como ethos de apoio ao bolsonarismo nas eleições de 2022. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo**, Passo Fundo, v. 18, n. 3, p. 611-636, set./dez. 2022. DOI <http://dx.doi.org/10.5335/rdes.v18i3.14027>.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Quem é Sidônio Palmeira: conheça o novo ministro da Secom**. São Paulo, 10 jan. 2025a. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/quem-e-sidonio-palmeira-conheca-o-novo-ministro-da-secom/>. Acesso em: 21 jun. 2026.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Sidônio Palmeira chega para combater a desinformação e modernizar a comunicação do governo Lula**. São Paulo, 14 jan. 2025b. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/sidonio-palmeira-chega-para-combater-a-desinformacao-e-modernizar-a-comunicacao-do-governo-lula/>. Acesso em: 21 jun. 2026.

GOVERNO DO BRASIL. **O que o presidente Lula vai fazer no Chile** [Post]. Instagram, 4 ago. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/govbr/p/C-QzGBIR7Au/?img_index=1. Acesso em: 6 jun. 2026.

GOVERNO DO BRASIL. **O que o presidente foi fazer no Japão** [Post]. Instagram, 24 mar. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/govbr/p/DHlHbwUxWdc/?img_index=1. Acesso em: 6 jun. 2026.

SCHNEIDER, Eduarda Maria; FUJII, Rosangela Araujo Xavier; CORAZZA, Maria Júlia.
Pesquisas quali-quantitativas: contribuições para a pesquisa em ensino de ciências. **Revista
Pesquisa Qualitativa**, São Paulo, v. 5, n. 9, p. 569-584, dez. 2017. ISSN 2525-8222.

SILVA, Gabriel Lopes. O bolsonarismo enquanto elemento da cultura política brasileira:
análises teóricas e historiográficas (1999-2023). **Espacialidades**: Revista dos Discentes do
Programa de Pós-Graduação em História e Espaços - UFRN, Natal, v. 21, n. 1, p. 391-415,
jan./jun. 2025 [reeditado em versão final para publicação em maio 2025]. DOI
<https://doi.org/10.21680/1984-817X.2025v21n1ID39032>.