**OS EFEITOS DE SENTIDOS NAS PROPAGANDAS SOBRE A LEI SECA**

João Eudes de Oliveira

Joaoeudes14@hotmail.com

Letras- CAP/UERN

Elineuda Maria de Andrade de Sousa

Letras- CAP/UERN

elineldasouza2015@outlook.com

**Resumo:**

O presente artigo tem o objetivo de analisar os efeitos de sentido apresentes em propagandas que falam sobre a Lei Seca, como medida de redução para os altos índices de mortalidade nos países de terceiro mundo e, a partir deste *corpus*, considerar como estas propagandas buscam chamar a atenção do leitor para tentar reduzir o número de acidentes no trânsito causados por motoristas alcoolizados, apresentando as consequências e as punições para quem insistir em dirigir após a ingestão de bebidas alcoólicas, assumindo os riscos de se envolver em “incidentes” com vítimas inocentes. Para realização da análise, fundamentamos este artigo em formulações teóricas de Fernandes (2007), Orlandi (2002, 2010, 2012) e Fiorin (2001) entre outros autores que discutem sobre a Análise do Discurso francesa. Esperamos, a partir deste artigo, contribuir com novos estudos na área da Análise do Discurso, no que se referir ao sujeito e os efeitos de sentido dos discursos.

**Palavras-chave:** Discurso. Efeitos de sentido. Lei Seca.

**1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS**

Em todo o mundo, os acidentes de trânsito estão entre os maiores problemas de saúde pública e entre as maiores causas de mortalidade. De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS) a cada ano, próximo de 1,2 milhão de pessoas morre vítima de acidentes nas estradas e outro tanto se machuca ou fica inválida, a maioria em países do terceiro mundo. E a associação entre álcool e direção é um dos principais fatores que potencializam os acidentes. Sobre efeito do álcool, a probabilidade de um indivíduo ser vítima fatal em um acidente é sete vezes maior do que uma pessoa sóbria. De fato, evidências indicam que entre um quarto e metade dos acidentes de trânsito, com vítimas fatais, estão associados ao uso do álcool por algum dos envolvidos.

Dessa forma, o presente trabalho tem por objetivo, realizar uma breve análise acerca de três propagandas a respeito da Lei Seca, buscando os efeitos de sentido que perpassam aos seus leitores. Em relação ao suporte teórico, fundamentamo-nos em autores como Fernandes, (2007), Orlandi (2002,2010,2012) e Fiorin (2001) entre outros estudiosos que discutem sobre a análise do discurso de linha francesa. As três imagens analisadas servem de alerta para as pessoas que estão frequentemente expostas ao trânsito, pois, ressaltam as possíveis consequências da embriaguez ao volante, mostrando o que pode acontecer com o motorista, passageiros e demais envolvidos em acidentes automobilísticos. E, devido aos inúmeros acidentes no trânsito ocasionados pelo consumo de bebida alcoólica, foi criada e homologada a Lei Seca no Brasil, com o intuito de diminuir as tragédias ocasionadas pelos efeitos da combinação direção e álcool, com punições para quem violá-la.

O nosso trabalho está dividido em duas partes. Na primeira, tratamos, brevemente, da influência exercida pelo discurso da propaganda na construção de sentidos pelos sujeitos e, logo após, temos a análise de três recortes de propagandas retirados da *internet,* em que uma delas aparece como veiculada pelo Governo Federal, que abordam as consequências assumidas por quem resolve dirigir alcoolizado, e as penalidades judiciais para quem infringir a nova lei.

Com este artigo, esperamos tratar de estudos, principalmente, no que se refere à propaganda, ao discurso e o sujeito. Esperamos também que esse trabalho venha a auxiliar em novas pesquisas realizadas na área da Análise do Discurso que trate sobre sujeito, propaganda e efeitos de sentido.

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Segundo Orlandi, (2010, p. 14), a Análise do Discurso (doravante AD) se constitui como uma disciplina do entremeio de três áreas do saber: a Linguística, a Psicanálise e o Marxismo. A autora comenta a influência dessas áreas para o surgimento da AD. A partir da Linguística observamos que a língua não é transparente, visto que ela tem sua própria forma de materialização. Com o Marxismo, analisamos que a história tem sua materialidade, pois o homem faz a história, logo ela não é transparente. E, por fim, com a Psicanálise compreendemos que o sujeito também não é transparente nem para si mesmo.

O discurso por si não é algo transparente e pronto, este somente adquire um sentido a partir do momento que analisarmos suas condições de produção, cores e linguagem. Assim, o sentido do discurso é constituído pela formação discursiva e segundo Orlandi (2012, p.17), “as formações discursivas são a projeção, na linguagem, das formações ideológicas. As palavras, expressões, proposições, adquirem seu sentido em referência às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem. ”

De acordo com a autora observa-se que em toda propaganda o maior objetivo dos seus idealizadores é persuadir o leitor sobre alguma informação. Nas imagens analisadas, percebemos que a intenção do enunciado é informar, chamar atenção, atingir determinado público, que nesse caso, são todos que fazem parte do trânsito. E abrangemos “quem faz parte do trânsito” porque os enunciados aqui analisados não cabem somente ao pedestre, ao motorista ou aos agentes de trânsito, mais sim a todos os envolvidos, já que a ação de dirigir após a ingestão de bebida alcoólica pode afetar quaisquer pessoas e das mais diversas formas.

Para a Análise do Discurso é importante se pensar o sujeito não como algo já compreendido e pronto no mundo, pois nessa vertente, segundo Fernandes (2007), o ser humano não é um ser individualizado. Assim:

O sujeito discursivo, deve ser considerado sempre como um ser social, apreendido em um espaço coletivo; portanto, trata-se de um sujeito não fundamentado em uma individualidade, em um “eu” individualizado, e sim um sujeito que tem existência em um espaço social e ideológico, em um dado momento da história e não em outro. (FERNANDES, 2007, p. 29).

Dessa forma, a fala desse sujeito é capaz de revelar o seu lugar social e como este se integra em uma realidade histórica e social. Tudo isto é possível através do seu discurso. E o sujeito do discurso não é singular, ele é plural e a sua voz é marcada pela pluralidade de outras vozes e é por isso que o sujeito discursivo possui diferentes formações discursivas e ideológicas.

A ideia de discurso está ligada à noção de sentido e os seus efeitos produzidos, que não estão ligados apenas ao significado das palavras, mas são produzidos a partir da ideologia dos sujeitos envolvidos. Por isso, de acordo com Fernandes (2007), os discursos não são precisos, estão sempre passando por transformações de acordo com o contexto social e político em que se inserem.

Analisar discurso é o elemento indispensável para desenvolvermos a criticidade, e conforme Fiorin, (2001, p.11), o discurso é combinação de elementos linguísticos (frases ou conjuntos constituídos de muitas frases), usados pelos falantes com o propósito de exprimir seus pensamentos, de falar do mundo exterior ou de seu mundo interior, de agir sobre o mundo. Há vários recursos utilizados que possibilitam a construção dos efeitos de sentidos, como por exemplo, escolher as cores para ser aplicada, a fonte da letra, as imagens que compõem o cartaz, pensando como o visual pode chamar a atenção do leitor para o escrito e, assim, para a mensagem desejada.

**3 ANÁLISE DO *CORPUS* DISCURSIVO**

Como sabemos, a maior causa de acidentes no trânsito é a ligação que se estabelece entre álcool e direção. E isto ocorre, porque uma pessoa alcoolizada tem seus sentidos afetos pela bebida e, por isso, é sete vezes mais provável de se envolver em uma fatalidade do que uma pessoa sóbria.

O *corpus* dessa análise será definido como propagandas sobre a Lei Seca, tendo em vista que a propaganda objetiva a divulgação de ideias, conceitos e, pode-se dizer, também é voltada para a conscientização de seu público-alvo. Aqui analisaremos três imagens que têm a intenção de conscientizar e alertar a sociedade em relação aos riscos e consequências de se ingerir bebida alcoólica e em seguida dirigir.



Imagem 01.

Fonte: <https://www.google.com.br/search?q=LEI+SECA&biw=1137&bih=714&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ7taW757QAhWKgpAKHZtTACoQ_AUICCgD&dpr=0.9#imgrc=cFsWsGj6WNRXxM%3A>. Acessado em: 18/06/2018.

Na imagem 01 temos o seguinte texto: “NÃO FOI ACIDENTE” e junto com ele percebemos que a imagem além de informar e conscientizar, critica os motoristas que ingerem álcool e vão dirigir e acabam ocasionando grandes tragédias. Quando nos referimos a um acidente, buscamos relacionar a algo que aconteceu por um acaso, uma fatalidade, algo que fugiu do controle, quando não temos “culpa” em relação ao ocorrido. No entanto, a partir do momento que o motorista ingere bebida alcoólica e se coloca diante do volante, assume a responsabilidade de colocar vidas em risco e de ser a causa de prováveis acidentes. Ou seja, não será um acidente, mais algo premeditado.

A propaganda tem em seu topo a imagem de um carro embaçado, duplicado, turvo. Orlandi (2010, p. 66) afirma que a Análise do Discurso “visa compreender como um objeto simbólico produz sentido”, assim, esta imagem turva representa a visão de um motorista embriagado, deixando claro que alguém que bebe não tem condições mínimas para dirigir, pois tem os seus sentidos afetados com o efeito do álcool, assumindo, conscientemente, o risco de causar acidentes.

Na frase: “Não foi acidente! ” O NÃO aparece em destaque, com as letras em caixa alta e em cor vermelho para chamar a atenção e o restante da frase: “Foi Acidente” também com letras em caixa alta e na cor branca em contraste com uma faixa vermelha, que nos remete a uma faixa de sangue no asfalto. Posteriormente podemos observar carros retorcidos e quebrados como se ocorresse um grave acidente, causado por uma forte batida em um obstáculo presente no caminho, no caso, são copos de bebidas, provavelmente, copos de cerveja, o que nos permite significar que ao consumir bebida alcoólica e, em seguida, ir dirigir o motorista admite como seu maior obstáculo o próprio álcool, ele será o causador da destruição, de acidentes e, consequentemente, de tirar vidas de pessoas inocentes.

Segundo Fernandes, (2007, p. 29), “o sujeito discursivo é constituído por diferente voz que revela o lugar social”, na propaganda acima, podemos perceber que as diferentes vozes são pertinentes a imagem em relação a outros discursos, como os indivíduos que se envolveram no acidente, remetendo a um entendimento que foi um “acidente “ pelo impacto e destruição que se encontram os envolvidos, as diferentes vozes que estão em um discurso fazem surgirem várias ideias e conflitos que se manifestam ao mesmo tempo num espaço social e na linguagem utilizada, seja em forma de textos, cores ou figuras que estejam inseridos na discursividade em conjuntura sócio ideológica.

Para a análise do discurso segundo Fernandes, (2007, p. 31), “as diversas vozes que constituem um sujeito falando é caracterizado como Polifonia”, não implica na produção de sentido do sujeito, ter posição oposta ou a favor de um discurso a ser analisado, sendo relevante a interação e envolvimento com a discursividade e reflexões que se manifestam no meio social.

Com o grande desenvolvimento na produção de veículo, veio agravar a sociedade de maneira que perpassam os diversos problemas e intensificação que configura um número mais elevados dos proprietários de automóveis tantos nas grandes metrópoles como nas cidades menores, essas intensificações na sociedade vieram trazer problemas nas principais rodovias brasileira. E, como medida de preservação ao cidadão, foi criado no ano de (1997), o Código de Trânsito Brasileiro, que tem como finalidade regulamentar o transito em território nacional. A lei traz, como seu principal objetivo a intensão de alertar contra o ato de se conduzir veículo sobre o efeito de substâncias que comprometam a capacidade psicomotora do motorista ao dirigir automóvel que dificulte a concentração de quem está dirigindo no transito.

De acordo com os altos índice de mortalidade no trânsito brasileiro, foi criada a nova “Lei Seca” que tem como objetivo fiscalizar e punir os motoristas que dirigirem embriagados, assim como afirma BARROS, (2016):

“Com o transcorrer do tempo, diante do surgimento mais intenso de alguns comportamentos humanos, bem como do aumento da frota de veículos, foi necessária a criação de mecanismos para combater e inibir o ato de que pessoas sob o efeito do álcool pudessem conduzir qualquer tipo de veículo automotor, circunstâncias que levaram, de início, a criação da Lei nº. 11.705/2008, amplamente conhecida como “Lei Seca”, que alterou alguns dispositivos do Código de Trânsito Brasileiro. Acontece que no ano de 2012 esta norma sofreu novas alterações trazidas pela Lei nº. 12.760/2012, “ (BARROS, 2016).

Segundo as informações que foram descritas acima sobre a nova “Lei Seca”. Em concordância com as informações dos *tele jornais* brasileiro e *internet* ,o motorista que for flagrado dirigindo embriagado ou sobre influência de qualquer substancias que tirem sua concentração, será enquadrado na “Lei Seca”, como crime por conduta que desrespeita a nova lei de transito, sendo submetidos ao teste do Bafômetro instrumento que mede até determinada quantidade ingerida de álcool no organismo humano, multas, prisão, carteira de habilitação recolhida, e o veículo retido, e, em caso de uma nova ocorrência pelo mesmo motivo será punido com multa que variam entre os valores de RS.1.915, 30 (Mil novecentos e quinze reais e trinta centavos) ou até RS.3.830,60 (Três mil oitocentos e trinta reais e sessenta centavos) e a proibição de dirigir por 12 meses.

Com a nova lei de trânsito o motorista estará sendo advertido contra a prática abusiva de sair dirigindo sobre o efeito de substancias psicoativas, submetendo sua vida e as de outras pessoas que não estão embriagados e que muitas vezes são vitimadas, por conduta nociva que a lei brasileira de trânsito adverte como um crime.



Imagem 02.

Fonte:

<https://www.google.com.br/search?q=n%C3%A3o+deixe+a+bebida+mudar+o+seu+destino&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjx6c-s8drbAhWCvJAKHaQTBEEQ_AUICigB&biw=1242&bih=602#imgrc=D2_NdU03Y-ftyM>: acessado em 18/06/2018

Na imagem 02, temos a propaganda de um copo de bebida alcóolica ilustrado como uma barreira no caminho do automóvel, acima o alerta “NÃO DEIXE A BEBIDA MUDAR O SEU DESTINO”, a ilustração nos causa a noção de discurso imagético assim como afirma Orlandi, (2012) “o discurso por si não é algo transparente e pronto”, por isso a imagem exposta nessa propaganda traz várias informações para o motorista se conscientizar, e entre uma delas é a de que ao assumir o risco de dirigir embriagado estará aceitando, involuntariamente, algumas mudanças em seu destino, tendo como principal barreira a bebida ingerida sem moderação, que impedirá o seu através de seu copo. A imagem remete um sentido de alerta e de prevenção para que não ocorra mais incidentes no trânsito acarretando vítimas de embriaguez, entretanto, a frase a cima “Não deixe a bebida mudar seu destino” não é referente somente ao percurso do carro, e sim, a outras mudanças no destino que consequentemente levará a perda ou invalidez na vida de muitas pessoas, por causa da conduta nociva de ingerir bebida alcoólica e dirigir bêbado.

Também podemos perceber que na propaganda, o número de emergência 191 está aplicado à imagem para que a população possa realizar denúncias em contato com a Polícia Rodoviária Federal, que também apresenta a sua *logo*, para informa-los e ajudar na fiscalização e prevenção que a Lei Seca se destina. Além de exercer seu trabalho de fiscalização nas rodovias, no trânsito, realizarem apreensão de automóveis, também submete o motorista ao teste do Bafômetro, de acordo com a lei 12.760, a atuação da (PRF), é de fundamental importância para que a Lei Seca seja colocada na prática e na vigilância contra esses crimes que acontece com frequência nas rodovias. Crimes, que podem dar cadeia ao condutor de automóvel embriagados, a divulgação das propagandas do Governo Federal tem como medida poupar a vida da população Brasileira.

Com isso podemos analisar que os efeitos de sentidos se faz presente na imagem de acordo com os estudos de Fernandes (2007) em “os sentidos são produzidos em decorrência das ideologias dos sujeitos em questão da forma de compreender a realidade política e social na qual estão inseridos. ” (FERNANDES, 2007, p. 21). Dessa forma, o objetivo linguístico na propaganda tem uma inter-relação de significado entre o Brasão da Polícia Rodoviária Federal que colocam *blitz* nas estradas para tentar orientar os que infringem a Lei Seca, sendo as duas imagens pertinentes, visando mostrar as informações para os motoristas dos obstáculos e perigos, caso ultrapassem os limites da Lei Seca.

Na imagem que analisamos percebemos a produção da discursividade promovida na propaganda, com efeitos de sentidos, nas condições dadas aos sujeitos que estão inseridos no mesmo contexto histórico e social, trazendo assim, a existência da materialização do discurso, no mesmo tema de prevenção contra os desastres automobilísticos, o que não implica dizermos necessariamente que outras vozes não estejam presentes neste discurso.

Segundo Fernandes (2007, p. 29)” um conjunto de outras vozes integrantes revela a realidade histórica e social do sujeito”, logo temos na imagem do carro, na cor vermelha que evidência a cor do sangue que em caso de acidente faz-se presente como consequência dos ferimentos nos indivíduos que vivenciam violentos acidente de transporte automotor, e chama a tenção por sua intensidade visual como um meio de veículo bastante usado por pessoas que costumam saírem para curtição e as vezes acabam esquecendo de suas responsabilidades, em zelar pela sua vida e das outras pessoas em comum.

Há, na propaganda a intenção de elementos que constituem o ambiente paisagístico como as nuvens por trás das imagens que estão ilustradas, denunciando uma sensação de liberdade, num local simulando ser deserto, refratando a ideia de que o caminho está vazio, nas laterais da imagem não visualizamos outro carro. Somente o copo como umas das barreias que possivelmente o motorista foi barrado e já apresenta como configuração uma forte batida na frente do carro no copo cheio, que provavelmente foi utilizada para a ingestão da bebida como um líquido espumoso que caracteriza a cerveja. Dessa forma o discurso tem muitos efeitos de sentidos quando somos constituídos, como seres sócias, funcionais de diferentes categorias sócio ideológica.



Imagem 03.

Fonte: <http://www.scrotos.com.br/2013/defeitos-da-aplicacao-da-lei-seca-no-brasil/>. Acessado em: 18/06/2018.

A imagem 03 chama muito atenção de quem a lê pelos elementos que formam a imagem, pois é possível observar várias informações e alertar aos cidadãos sobre as consequências de dirigir embriagado. Se na primeira imagem, choca ao pensarmos nos pedestres e nas vidas que podem ser perdidas por causa de acidentes, nesta imagem o que nos chama a atenção são as consequências que os próprios motoristas irão enfrentar se dirigirem após o consumo de bebidas alcoólicas assim como, nas cores aplicadas, cores pretas nas duas frases trazem uma impressão de medo que está atribuídos aos sentidos para algumas pessoas, que na escuridão não existem vidas, e sim desperta o de sentimento de tristeza, luto, derrota. O que não deixa de fazer sentido nessa propaganda o fim de uma corrida sem sucesso que o motorista sofrerá se violar o Código de Transito Brasileiro.

De imediato já existe o enunciado: “Nova Lei Seca. Se beber e dirigir, sua próxima parada pode ser na cadeia” de imediato já mostra uma das implicações de dirigir alcoolizado, para isso é muito importante o conhecimento por parte dos motoristas que hoje a Lei 12.760, conhecida como Lei Seca, está mais rígida, não dando brechas para esse crime que é dirigir após ingerir bebidas alcoólicas. O que a imagem também frisa bem e destaca com uma faixa preta é a frase: “Agora é tolerância zero”. Portanto, a lei mudou, foi ampliada e ficou mais rigorosa e não haverá pretexto para quem infringi-la. Do lado tem os apoiadores e envolvidos na campanha. E por fim o que de imediato vemos, nos chama a atenção e nos impacta, a imagem de um motorista com uma garrafa de bebida na mão por trás das grades, evidenciando que para quem beber e dirigir a próxima parada é a cadeia, confirmando com a ilustração que vem no enunciado, o que de fato acontecerá com os cidadãos que descumprirem as regras da Lei Seca no Brasil.

São de grande influência as informações dessas imagens que tem como objetivo alertar os indivíduos em relação aos acidentes ocorridos no trânsito, segundo os últimos dados da Organização Mundial de Saúde (OMS), foram alarmantes o número de vítimas fatais que conduziam algum tipo de automóvel. As propagandas que retratam a finalidade da Lei Seca, com a marca do Governo Federal, têm como efeitos orientar sobre os riscos dos motoristas que dirigem embriagados no trânsito. As imagens trazem em si um discurso, segundo afirmação de Pêcheux apud Mazolla, (2009, p.10) “um discurso é sempre pronunciado a partir de condições dadas. ”, a Análise do discurso não considera o sentido como um elemento imanente ao texto. Dessa forma as condições de produção nas propagandas que foram analisadas se dar partir materialização o discurso sobre vítimas fatais no trânsito e em consonância com a nova lei de trânsito já que no contexto histórico e social, são grandes os números de vítimas que perderam suas vidas nos últimos tempos, por causa dos condutores de automóvel embriagados. Para isso, consideramos tanto aspectos verbais quanto icônicos que foram utilizados na propaganda na construção dos efeitos de sentido.

**4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Tendo em vista que a Análise do Discurso pode contribuir profundamente para a análise de texto, nosso estudo direcionou-se para examinar o discurso presente nas propagandas referentes à Lei seca, tendo em vista que o consumo de bebidas alcoólicas é uma das principais causas de acidentes automobilísticos no país, segundo estatística da Polícia Rodoviária Federal. O Brasil ostenta o triste título de detentor de um dos mais altos índices de mortes no trânsito por acidente. Na última década, o número de fatalidades subiu mais de 30%. Por ser bastante significativo o número de ocorrências e casos de acidentes que envolve a embriaguez do motorista ao volante, a nova lei de trânsito que tem como objetivo tentar reduzir os indicativos que são referidos nas ultimas pesquisa, com o intuito e com base na nova lei de trânsito mudar esse quadro de mortalidades provocada por condutor de automóvel embriagados e dirigindo.

Analisamos os discursos que permeiam a propaganda, pois a materialização do sujeito se apresenta no discurso de acordo com o contexto histórico e social. Este sujeito, por sua vez, é formado ideologicamente. Segundo Fernandes, (2007, p.20). “O discurso implica uma exterioridade à língua encontra-se no social e envolve questões estritamente linguística”.

A propaganda contribui para nossa pesquisa, por ser formadora de discurso, e por transmitir ao sujeito os efeitos de sentidos que são tão relevante para AD, e para os indivíduos por se fazer meio de transmissão, não apenas como uma informação ou divulgação de um determinado produto, mas se faz necessário os elementos linguísticos e extralinguísticos que perpassam em nosso meio, como veículo de comunicação entre os interlocutores, para que ocorram envolvimento e interação verbal, como efeitos de sentidos na linguagem e no campo social, de acordo com o envolvimento que cada sujeito terá em sua materialização específica interpeladas pela situação de comunicação.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CAPELETT, P. C. **Análise de uma propaganda da *Skol*: a cerveja que desce redondo.** Disponível em: <[http://periodicos.ufpb.br/](http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/19023)>. Acesso em: 20/06/2018.

FERNANDES, Claudemar Alves. **Análise do Discurso: Reflexões introdutórias.**Editora Claraluz, 2007.

FIORIN, J. L. **As astúcias da enunciação.** 2. ed. São Paulo: Ática, 2001.

FIORIN, J. L. **Elementos em Análise do Discurso.** São Paulo: Contexto, 2001.

ORLANDI, E. **A análise de discurso e seus entremeios:** notas para a sua história no Brasil. Caderno de Estudos Linguísticos (42), Campinas: Jan./Jun. PÊCHEUX, Michel. Semântica e Discurso, Campinas: Editora da Unicamp, 2002.

ORLANDI, E. **Discurso em Análise:** sujeito, sentido, ideologia. Campinas: Pontes, 2012.

MAZOLLA. R.B**. Analise do Discurso: Um Campo de Reformulação;** Analise do discurso: sujeito, lugares e olhares / Nilton Milanez A532 e Janaina de Jesus Santos, organizadores. São Carlos: Claraluz, 2009.

BARROS, Enio Gustavo Lopes. **A prova da embriaguez e as alterações trazidas pela Lei 12.760/2012 no Código de Trânsito brasileiro**. Conteudo Juridico, Brasilia-DF: 02 ago. 2016. Disponivel em: <http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.56423>. Acesso em: 05 jul. 2018.