

BEHAVIORISMO VERNACULAR E OS TAMANCOS DE CARMEN MIRANDA

Cecília Teixeira Velloso¹
Gabriela Cassiano Abdalla²
Richard Perassi³

Universidade Federal de Santa Catarina, PPG Design - SIGMO

RESUMO: Muitas vezes ao utilizar um produto ou serviço não se tem consciência de como foi feito ou como surgiu aquele bem que é utilizado. Neste ensaio é analisada a origem tamanco, ou o sapato plataforma, como é comumente conhecido, é descrita e analisada através de um comportamento da artista revolucionária Carmen Miranda, bem como da observação do comportamento de outras pessoas no Rio de Janeiro da década de 30. Através de uma pesquisa qualitativa-descritiva e fazendo uso dos conceitos da filosofia behaviorista e do design vernacular, foram apresentadas considerações que demonstram como o ambiente afeta o ser humano, como isso pode culminar num desenvolvimento de artefato regional e ainda como esse artefato pode migrar de um produto regional a um produto global.

PALAVRAS-CHAVE: Tamanco; Sapato Plataforma; Carmen Miranda; Behaviorismo; Design Vernacular

ABSTRACT: Often when using a product or service, people are not aware of how it's made or how that asset was created. In this essay, the origin of the clog, or platform shoe, as it is commonly known, is described and analyzed through the behavior of the revolutionary artist Carmen Miranda, as well as by observing the behavior of other people in Rio de Janeiro in the 1930s. Through qualitative-descriptive research, making use of the behaviorist philosophy, and vernacular design concepts, considerations were given that describe how the environment affects human beings, how it can result in the creation of a regional object and how this object can move from a regional product onto a global product.

KEYWORDS: Clog; Platform Shoe; Carmen Miranda; Behaviorism; Vernacular Design

¹ Mestranda em Design, PPG Design – UFSC, velloso.cecilia@gmail.com

² Mestranda em Design, PPG Design – UFSC, gcabdalla@gmail.com

³ Professor titular em Design, PPG Design – UFSC, richard.perassi@uol.com.br

Introdução

Carmen Miranda foi uma artista do século XX que cantava, dançava e atuava. Sua personagem foi construída ao longo de sua carreira através da vanguarda de sua performance e aparência. Seu figurino extravagante e exagerado era uma de suas principais características, atraindo a atenção da mídia e influenciando o público com seus turbantes, sapatos de plataforma e jóias. Ela própria criava e confeccionava muita coisa de sua indumentária (BAILEIRO, 2014).

Boa parte de suas contribuições à moda foram decorrentes da observação de comportamentos sociais já existente (CASTRO, 2005). Este ensaio trata-se de um estudo de caso de design vernacular adotado por Carmen Miranda a partir da adaptação de comportamentos sociais.

Na década de 30 o Rio de Janeiro estava em plena ascensão. Foi nesse período em que grandes mudanças aconteceram na cidade. Em 1931 o monumento de grande proporção com a figura do Cristo redentor foi inaugurado no monte do Corcovado. Cinco anos depois outra obra era inaugurada no bairro do Flamengo: o aeroporto Santos Dumont. O bairro de Copacabana começava a receber atenção de moradores que desejavam em ter uma segunda residência em um local mais tranquilo da cidade. A Lapa, nesse período, emergia como reduto boêmio e polo gastronômico (SILVA, 2014).

Conforme narra sua biografia, Carmen Miranda teria criado o sapato de plataforma como acessório de moda muito possivelmente após um insight ao observar calçados adaptados para pessoas com deficiência (CASTRO, 2005). Através desse evento, o objetivo deste artigo é demonstrar como a criação do sapato plataforma pode ter suas raízes dentro do behaviorismo e do design vernacular.

O behaviorismo é uma teoria que investiga o comportamento humano e animal. Este comportamento é analisado após a uma resposta feita a partir de um estímulo. A análise e observação são feitas levando em consideração esta resposta. Sendo assim, o que o humano/animal estaria pensando ou sentindo não tem relevância para este tipo de escola filosófica. Ser um observador de tendências e comportamentos é uma das características mais fortes de um designer. Além do design formal, executado de forma acadêmica por pessoas da área, existem algumas outras formas de fazer design, consideradas informais.

O design vernacular, conhecido também como popular ou espontâneo, é um design considerado informal, pois é realizado por pessoas de uma determinada região com o objetivo

de resolver um problema daquele ambiente. Mas, muitas vezes, esses artefatos regionais, acabam tendo um impacto global, como é o caso do sapato plataforma desenvolvido por Carmen Miranda.

O ensaio a seguir demonstra o estilo de pesquisa realizado, seguido dos constructos dos dois termos principais utilizados: a filosofia behaviorista e o design vernacular. A partir dessa introdução, Carmen Miranda é apresentada com suas características mais relevantes. Conclui fazendo uma descrição e síntese de como a criação do sapato plataforma pode ser enquadrada como uma ação de behaviorismo vernacular.

Tipologia do Estudo

Neste artigo, apresentam-se resultados parciais dos estudos realizados no Grupo de Pesquisa Significação da Marca, Informação e Comunicação Organizacional da Universidade Federal de Santa Catarina (SIGMO/UFSC/CNPq). Como previamente apontado, trata-se de uma pesquisa descritiva a partir de estudos teóricos-bibliográficos e documentais.

Inicialmente foi realizada uma pesquisa de base qualitativa para aquisição das informações e dados, uma vez que os objetos a serem estudados eram da área filosófica-social. Silva (2008, p. 29) complementa ao dizer que:

[...] as investigações qualitativas têm-se preocupado com o significado dos fenômenos e processos sociais, levando em consideração as movimentações, crenças, valores, representações sociais e econômicas, que permeiam a rede de relações sociais.

Uma vez definidos quais seriam os objetos de estudo, foi feita a aferição dos conceitos de behaviorismo e design vernacular, através de uma pesquisa bibliográfica, que tem como característica “um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados ao tema” (LAKATOS, 2003, p. 158).

Foi utilizada também a pesquisa documental, pois era preciso resgatar informações sobre a Carmen Miranda e o Rio de Janeiro da década de 30, as quais se encontravam em registros online que não haviam sido previamente verificados. Gil (2008) corrobora com isso ao dizer que a pesquisa documental se vale de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

Com todas as informações adquiridas, foi feita uma análise descritiva que “visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (Prodanov e Freitas, 2013, p.52) e por último com tudo descrito

estruturou-se os conhecimentos de uma nova forma através da pesquisa teórica, a qual é “dedicada a reconstruir teoria, conceitos, ideias, ideologias, polêmicas, tendo em vista, em termos imediatos, aprimorar fundamentos teóricos” (Demo, 2000, p. 20).

Design Vernacular

O Design vernacular ou popular ou espontâneo, quando aplicado, resulta em produtos, processos e comportamentos decorrentes da criatividade popular. Contudo, antes de conceituar exatamente este termo, é preciso primeiro entender o que significam os termos separados. Segundo Rafael Cardoso Denis (2000, p.16), a origem imediata da palavra design está na língua inglesa, na qual o substantivo design se refere tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à configuração, arranjo, estrutura. Neste ensaio, será adotada a ideia de design como intenção, pois foi a intenção da artista Carmen Miranda em ficar mais alta que fez com que ela criasse um novo produto.

Já o segundo termo, vernacular, tem suas raízes no latim. Conforme Darron Dean (1994) o termo vernacular se deriva da palavra latina ‘vernáculos’ que significa nativo ou indígena, e que foi associada ao design pela primeira vez por George Gilbert Scott em 1857 e desde esse momento tem se desenvolvido uma grande literatura a seu respeito. (DEAN, 1994, p.153) A palavra vernacular indica uma língua ou idioma de uma nação ou região ou nesse caso um artigo desenvolvido pelo povo de uma determinada região. “A utilização do termo vernacular é empregada para definir aqueles artefatos autênticos da cultura de determinado local, geralmente produzidos à margem do design oficial” (FINIZOLA, 2010, p. 34).

Esse artefato desenvolvido em geral produz um impacto cultural na sua região e por se tratar de uma forma de design “informal” ele permite uma maior liberdade estética na sua criação. Essa “produção de bens simbólicos seria reflexo de seu hábito, e a linguagem comum utilizada pelos designers populares representaria, em última análise, esquemas de percepção, de pensamento e de ação particulares de seu grupo” (CARDOSO, 2012, p. 132).

O design vernacular pode ser subdividido em duas categorias, uma delas se trata de apropriações feitas por atores deslocados da origem da produção vernacular, mas que se utilizam da técnica, ideia ou estética para produção de novos objetos. Essas formas são chamadas de Solução Espontânea (FUKUSHIMA, 2009). São soluções espontâneas os produtos confeccionados a partir de uma necessidade específica do indivíduo, utilizando-se dos materiais encontrados ao seu redor. O raciocínio projetivo costuma ser imediato e de forma improvisada (BOUFLEUR, 2006).

Uma vez que esse artefato é desenvolvido e começa a circular na sua região, ele pode chamar a atenção de designers da área “formal” que podem utilizar aquele objeto em sua criação, expandindo o alcance dele. O designer absorve a produção vernacular que encontra na rua e passa a transplantá-la para suas construções visuais e de artefatos. (DONES, 2004)

Quando um artefato muda seu alcance - de regional para nacional/global - ele pode mudar também o seu significado. Foi exatamente isso que ocorreu no caso dos tamancos da Carmen Miranda. Inicialmente, era um sapato feito apenas para ela aumentar a sua altura, porém quando o estilista Salvatore Ferragamo tomou conhecimento do objeto, afetuou-se ao produto, confeccionando, então, no outro lado do oceano, e foi a partir deste evento que o sapato se tornou um produto global, sendo conhecido, replicado e utilizado até nos dias de hoje.

Behaviorismo

A escola filosófica behaviorismo é uma das menos utilizadas nos dias atuais; contudo, para o presente ensaio, ela agrega valor à discussão. Não serão abordados os diferentes tipos desta filosofia, apenas a ideia principal dela em que certos estímulos levam o organismo a dar determinadas respostas e isso ocorre porque os organismos se ajustam aos seus ambientes por meios de equipamentos hereditários e pela formação de hábitos.

O termo behaviorismo foi inaugurado por John Broadus Watson (1878-1958) em seu artigo intitulado “Psicologia: como os behavioristas a veem”. *Behavior*, termo do idioma inglês, que traduzido para a língua portuguesa significa comportamento. Um dos maiores autores dessa época, Skinner (1982, p.7) traz que “o Behaviorismo não é a ciência do comportamento humano, mas sim, a filosofia dessa ciência”.

Essa filosofia da ciência visa estudar apenas o comportamento humano, qual resposta automática os homens dão em frente a um estímulo. Confirma-se esse conceito ao dizer que o behaviorismo é um:

Método da psicologia experimental que consiste em fazer um estudo científico do homem e do animal, limitando-se à investigação de seus comportamentos (conjunto das reações sensoriais, nervosas, musculares e glandulares determinadas por um estímulo) como resposta a um estímulo externo, sem nenhuma referência à consciência. Em outras palavras, trata-se de um método que consiste essencialmente em observar estímulos e comportamentos e em extrair daí as leis que os reúnem. (JAPIASSU; MARCONDES, 2001, p. 25).

As pessoas sofrem estímulos e simulam respostas a todos o momento e alguns fatores podem influenciar a resposta gerada como a criação da pessoa, fatores internos (sonhos, crenças e

valores) e por último, o fator que influencia os anteriores, o ambiente no qual essa pessoa encontra-se. O mundo sob a pele consiste num fator extremamente relevante para determinação do comportamento dos indivíduos. (SKINNER, 2003, 2006). Por isso algumas pessoas possuem comportamentos parecidos quando estimuladas dentro de um mesmo ambiente, como acontece em ratos de laboratórios. O homem, acaba por se tornar um produto e um produtor desse ambiente, num ciclo virtuoso que vai se alterando de acordo com as mudanças ambientais.

A Cultura Comportamental e Profissional de Carmen Miranda

A Construção do Figurino Através de um Relato

Segundo Castro (2005, p24), Carmen Miranda em 1924, aos 15 anos foi trabalhar em uma loja de chapéus, chamada *La Femme Chic*. Nesta fase aprendeu o ofício de confeccionar roupas e acessórios. Cantando durante o expediente, logo foi descoberta por pessoas ligadas à música, na época. Esses dois ingredientes, música e moda, seriam a combinação que definiria a figura de Carmen Miranda.

Em 1939, ao aparecer no filme "Banana da Terra" é que exibiu seu figurino de baiana, pela primeira vez. Isso porque no filme ela apresenta a canção "O que é que a baiana tem?". A canção foi composta por Dorival Caymmi em 1939 e foi lançada no clipe musical performado pela cantora no filme. Como ela nunca havia ido à Bahia, ligou para o compositor, que era baiano, como as baianas se vestiam a fim de compor seu figurino para apresentar a música, que descrevia os trajes utilizados pelas baianas à época. Ele lhe explicou que as baianas vestiam saia rodada, um cesto com frutas na cabeça e se adornavam com acessórios como pulseiras e colares com balangandãs. Com sua criatividade característica, criou um figurino de uma baiana imaginada, através de um relato feito por telefone por Caymmi. O traje era estilizado. Os tecidos tinham brilho, o cesto com as frutas era miúdo, ao passo que os acessórios, como pulseiras e colares eram abundantes. Foi a primeira vez de em que se apresentou como baiana.



Figura 1 Carmen Miranda no set de filmagem de "Banana da Terra", primeira ocasião em que apareceu como baiana.

Ali nascia o que seria uma de suas marcas registradas: uma figura com roupas e acessórios exagerados, que a cada aparição ficavam maiores. A personagem de baiana deixava de ser uma alegoria e a transformação nos acessórios dava lugar à uma figura que era peculiar a Carmen Miranda. Se antes na cabeça ela levava frutas, mas tarde podiam ser vistas flores, borboletas e outros elementos dissociados. Sempre muito altos, coloridos e bem produzidos. A indumentária da artista foi muito marcante na sua trajetória corroborando que figurino é

"aquilo que cobre a pele do ator enquanto este está em cena e suas funções variam de acordo com a ideia da encenação a que estão submetidas. Contudo, muito além do aspecto material, o figurino pode ser visto como um símbolo, um instrumento e elemento essencial da narração"(Silva, 2005 apud PERITO; RECH, 2012, p. 2).

Carmen Miranda como personagem está altamente atrelada ao seu figurino, que de acordo com Corinhas (2010), "materializa o personagem e privilegia a sua silhueta em todas as suas proporções. O corpo do ator é transformado em imagem, lugar originário do sensível. Toda a imagem produz efeitos, para quem as recebe e para quem a produz." É razoável, então, sugerir a importância da indumentária na figura de Carmen Miranda.

A Adaptação do Tamanco

De acordo com a narrativa bibliográfica descrita por Ruy Castro, Carmen Miranda foi a responsável pela criação do sapato de plataforma como acessório de moda. Até então a plataforma era incorporada aos caçados, a fim de equilibrar a diferença de altura das pernas de pessoas com algum tipo de deficiência, como a poliomielite, por exemplo. Em 1934 a cantora teria encomendado a um sapateiro da Lapa, bairro onde morava, que aumentasse ainda mais a

sola de um de seus tamancos, estilo português, nos dois pés, para espanto do profissional, que só considerava esse tipo de intervenção para fim funcional, e não estético.

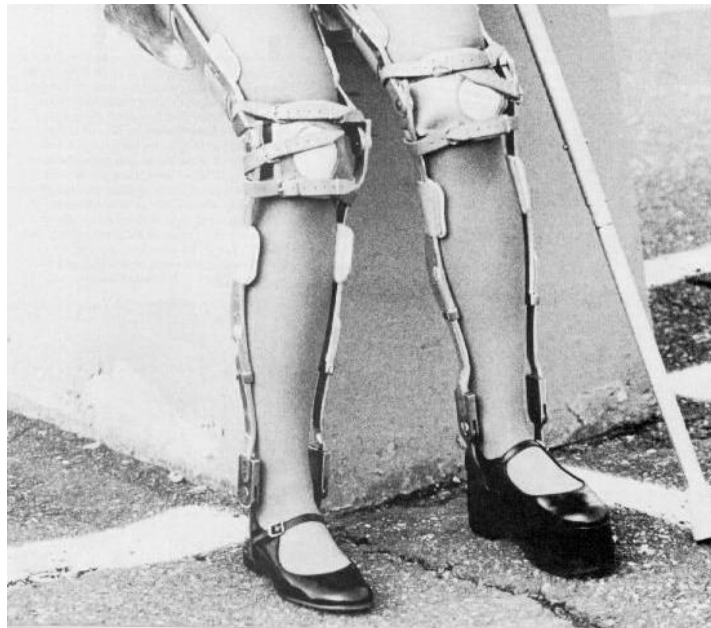


Figura 2 Exemplo de par de sapatos, da década de 1930, utilizado por pessoas portadoras de poliomielite, onde um dos pés recebeu uma plataforma, a fim de igualar a altura das pernas do usuário.

Seu incômodo com a baixa estatura (ela media 1,52m) a fazia ser inventiva para que sua silhueta parecesse mais esbelta. Sapatos de salto alto e turbantes utilizados no início de sua carreira, já apontavam esse caminho, que mais tarde se tornaria ainda mais histriônico.

Carmen Miranda como personagem está altamente atrelada ao seu figurino, que de acordo com Corinthas (2010), "materializa o personagem e privilegia a sua silhueta em todas as suas proporções. O corpo do ator é transformado em *imagem*, lugar originário do sensível. Toda a imagem produz efeitos, para quem as recebe e para quem a produz." É razoável, então, sugerir a importância da indumentária na figura de Carmen Miranda.

Discussão

A artista Carmen Miranda foi revolucionária na sua época. Disposta a quebrar padrões e paradigmas, ela constantemente praticava atos que estavam na vanguarda do seu tempo, como citado anteriormente a respeito da sua relação com a figura da baiana. Ainda que não tenha tido formação acadêmica para tal, seu perfil criativo atrelado às suas criações, de fato, fez com que ela fosse considerada uma designer (PIGNATARI, 1995).

Uma das características mais fortes de um designer, é a observação. Foi a observação, junto ao comportamento da artista, que fez com que houvesse a criação do sapato plataforma. Se o ambiente faz o produto e o produtor, o Rio de Janeiro era o ambiente mais favorável para

a criação de um ícone da moda. Naquela época, a cidade fervilhava de atividades artísticas e culturais, incitando nas pessoas um comportamento festivo e de bem-estar (SENTO-SÉ, 2011).

Ao falar sobre comportamento, e conseqüentemente sobre behaviorismo, é importante ressaltar que ainda que, na maioria das vezes, a análise de comportamento, seja de um terceiro, no caso da Carmen Miranda houve também o impacto de comportamento interno na criação do tamanco. A criação se deu através de um pedido feito ao sapateiro para que as solas de seus tamancos fossem maiores, possivelmente ao observar sapatos ortopédicos com solado de plataforma alta. Porém, ainda que esse comportamento social externo tenha sido o impulsionador final, se Carmen Miranda não tivesse um perfil comportamental de vanguarda, talvez nunca tivesse solicitado ao sapateiro a produção de sua invenção.

Se o design vernacular gera um produto regional e se o Rio de Janeiro estava em ascensão, a cidade era palco para desenvolvimento de artefatos artísticos. O ambiente da cidade junto ao cerne criativo de Carmen Miranda, fizeram com que o sapato com plataforma surgisse. A ideia inicial dessa criação de design informal era apenas para satisfazer o desejo da artista em tornar sua figura mais esguia. Contudo, através do contato de Carmen com um dos mais conhecidos designers de calçados, Salvatore Ferragamo, o solado do sapato de plataforma ganhou um novo material: a cortiça. Muito mais leve que a madeira, utilizada até então pela cantora.



Figura 3 Sapato com plataforma de cortiça revestida por mosaico de espelho dourado, desenvolvido por Salvatore Ferragamo para Carmen Miranda, em 1938.

Ferragamo comercializou e popularizou esse tipo de calçado, tornando o produto dantes regional, agora em produto global.

Considerações Finais

Esse estudo pretende contribuir com a discussão no que diz respeito ao design vernacular e demonstrar, com um exemplo histórico, como o surgimento de um produto mundialmente conhecido, se deu através de um *insight*. Foi através do desejo de uma artista performática em parecer mais alta e que adaptou um produto do seu dia-a-dia, o sapato, para uma nova categoria. E, em parceria com um famoso designer de sapatos, popularizou e estabeleceu o salto com plataforma, uma de suas marcas.

A análise aqui realizada compreende que a criação de um produto icônico pode surgir através de uma necessidade pontual e regional e se tornar um produto popular, de ordem global.

O sapato de plataforma utilizado por Carmen Miranda apresentou-se como um ótimo exemplo de como a sinergia entre os diversos atores, ideias e audiência, pode fazer com que uma invenção inimaginável para atender uma demanda, se torne um acessório de desejo do grande público.

É possível afirmar que o design vernacular pode ser um dos fatores transformadores na evolução de um produto, como foi com um sapato de salto plataforma, que em um momento foi criado para atender um desejo e se tornou um produto comercial e conhecido mundialmente.

Referências Bibliográficas

BANANA da Terra: (filme). 2014. Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Carmen_Miranda,_Banana_da_Terra_1939.jpg. Acesso em: 27 maio 2020.

BOUFLEUR, Rodrigo. **A questão da gambiarra: formas alternativas de desenvolver artefatos e sua relação com o design**. 2006. 153 f. Dissertação - Programa de PósGraduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

CARDOSO, Fernanda A. **Padrões Cromáticos do Design Gráfico Vernacular**. In: X P&D Design – Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2012, São Luís - MA. Anais.

CASTRO, R. **Carmen**: A vida da brasileira mais famosa do século XX, São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2005.

CORTINHAS, Rosângela. **Figurino**: um objeto sensível na produção do personagem. 2010. 81 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Artes Cênicas, Linguística, Letras e Artes, Universidade Federal de Santa Catarina, Porto Alegre, 2010. Cap. 1. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/27280>. Acesso em: 27 Maio 2020

DEAN, D. **A slipware dish by Samuel Malkin**: An Analysis of Vernacular Design. Em Journal Design History, vol.7 n°3, Londres, 1994.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e construção do conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

DONES, Vera L. **As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica**. In: IV ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM. 2004, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: PUC-RS, 2004.

DUTRA, L. **Oposições Filosóficas: a epistemologia e suas polêmicas**. Florianópolis, SC: Ed.UFSC, 2005.

FINIZOLA, M. F. W. **Panorama Tipográfico dos Letreiramentos Populares: Um estudo de caso na cidade de Recife**. Universidade Federal de Pernambuco. UFPE: Brasil. 2010.

FUKUSHIMA, Naotake. **Dimensão social do design sustentável: contribuições do design vernacular da população de baixa renda**. 2009. 158f. Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JAPIASSU, Hilton; MARCONDES, Danilo. **DICIONÁRIO BÁSICO DE FILOSOFIA**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MUSEO Salvatore Ferragamo. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/exhibit/fabricado-na-it%C3%A1lia-ideias-modelos-e-inven%C3%A7%C3%B5es-de-salvatore-ferragamo/jgKSSqxpWZsfIg>. Acesso em: 27 maio 2020.

NO MORE Polio. 2018. Disponível em: https://postpolioprobemadediscapacidad.blogspot.com/2018_05_20_archive.html?m=0. Acesso em: 27 maio 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RENATA ZANDOMENICO PERITO, 8., 2012, Rio de Janeiro. **A CRIAÇÃO DO FIGURINO NO TEATRO**. Rio de Janeiro: Senai/cetiqt, 2012. 12 p. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202012/GT09/POSTER/102328_A_Criacao_do_Figurino_no_Teatro.pdf. Acesso em: 27 maio 2020.

SILVA, A. C. R. de. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 2. ed. 2. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

SKINNER, B. F. **Sobre o Behaviorismo**. São Paulo: Cultrix, 1982. pág. 7-11. Introdução.
VEJA RIO. Rio de Janeiro: Abril, 04 out. 2011. Mensal. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/cristo-memoria/>. Acesso em: 27 maio 2020