

OS PROCESSOS DE TRANSMÍDIA QUE ATRAVESSAM A PERFORMANCE CONTEMPORÂNEA DA CULTURA DRAG EM MATO GROSSO

Ayrton Senna Seraphim do AMARAL, (UFMT)¹
ayrtonsenna1994@gmail.com

Andréa Ferraz Fernandez (UFMT)²
ferrazfernandez@gmail.com

Resumo: A pesquisa tem como objetivo verificar como os processos contemporâneos da transmídia atravessaram as performances da cultura drag cuiabana e qual o impacto da popularização da cultura drag norte-americana no cenário mato-grossense. Buscou-se analisar os processos por meio de um estudo de caso, no qual as informações norteadoras foram obtidas a partir dos conteúdos das redes sociais de uma drag queen da capital do estado de Mato Grosso. Partindo da carência de espaços de sociabilidade LGBT no estado, constatou-se que o efeito que transcorre é a migração das drag queens do espaço das boates para as mídias digitais.

Palavras-chave: Transmídia; *Drag queen*; Mídias digitais.

Abstract: The research aims to verify how contemporary processes of transmedia have crossed the performances of the cuiabana drag culture and what impact the popularization of North American drag culture has on the Mato Grosso scenario. We sought to analyze the processes through a case study, in which the guiding information was obtained from the social network contents of a drag queen of the capital of the state of Mato Grosso. Starting from the lack of spaces of LGBT sociability in the state, it was verified that the effect that transcends is the migration of drag queens from the nightclub space to the digital media.

Keywords: Transmedia; Drag queen; Digital media.

INTRODUÇÃO

O ponto de partida da pesquisa se dá no contrafluxo que a cidade de Cuiabá, capital de Mato Grosso e polo de entretenimento do estado, está vivendo em relação ao sucesso e visibilidade mundial que tem acontecido na cultura drag. Com a popularização do reality show *RuPaul's Drag Race*, o sujeito drag queen foi

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea e graduado em Comunicação Social Radialismo pela Universidade Federal de Mato Grosso. Participante do grupo de estudos e pesquisa MID – Mídias Interativas Digitais na linha Comunicação e Mediações Culturais.

² Orientadora da pesquisa. Doutora em Ergonomia da Informação pela Universitat Politècnica de Catalunya. Atualmente é professora da Universidade Federal de Mato Grosso no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea e no curso de graduação Cinema e Audiovisual.

ressignificado passando de algo marginal, até mesmo dentro da cultura LGBT, para algo glamouroso e passível de fama.

O reality show *RuPaul's Drag Race* foi lançado em 2009 pela LogoTV. Com um formato que traz inspirações em *America's Next Top Model*, a apresentadora do programa é a drag queen RuPaul Charles, que visa ao final de cada temporada coroar a próxima drag superstar. O grande sucesso do programa fez com que a produtora, World of Wonder, lançasse quatro spin-offs a partir do reality original, sendo eles (1) *RuPaul's Drag Race: Untucked*, que na primeira temporada se chamava *Under The Hood of RuPaul's Drag Race*; (2) *RuPaul's Drag U*; (3) *RuPaul's Drag Race: All Stars*; (4) *RuPaul's Drag Race: Holy-Slay Spectacular*. Ao todo o programa possui dezessete temporadas e um episódio especial de natal, conforme o quadro a seguir:

Quadro 1 – Nome do programa e número de temporadas

Nome do programa	Número de temporadas
<i>RuPaul's Drag Race</i>	10
<i>RuPaul's Drag Race: Untucked</i>	14
<i>RuPaul's Drag U</i>	3
<i>RuPaul's Drag Race: All Stars</i>	4
<i>RuPaul's Drag Race: Holy-Slay Spectacular</i>	Episódio único

Fonte: AMARAL, 2018

As estratégias midiáticas de *RuPaul's Drag Race*, que fazem parte do universo da convergência das mídias, impactam em todo segmento cultural drag. Tal sucesso impacta também o estado de Mato Grosso. Com o advento dessas estratégias midiáticas aplicadas na cultura drag norte-americana deu-se visibilidade às demais localidades ideias para ampliar a arte e cultura drag. No caso de Cuiabá, essas estratégias trazem às drag queens que enfrentam a carência de espaços para exercer seus trabalhos artísticos uma possível solução para os problemas da cidade. Atualmente a capital de Mato Grosso possui somente uma boate LGBT e festas organizadas sazonalmente. Mesmo diante desse cenário escasso, observa-se que as drag queens da cidade não desistiram de performar sua arte.

Na capital de Mato Grosso, o habitual para se encontrar a arte drag eram as boates LGBT e as aparições anuais nas Paradas da Diversidade. Imaginar esse sujeito

marginalizado e abjeto fora desses espaços é uma conquista gradativa que tem sido facilitada pela era da convergência das mídias. A transmídia surge nesse panorama de poucos locais para sociabilidade LGBT como uma ferramenta de visibilidade e resistência para a cultura drag cuiabana. Pelo uso de redes sociais como Instagram e Facebook é possível observar e verificar que as drag queens da vanguarda cuiabana permanecem em atividade, bem como não é possível deixar de notar o surgimento de novas drags em Cuiabá.

A pesquisa tem como objetivo verificar de que forma a transmídia pode contribuir com a expansão e visibilidade das performances das drag queens cuiabanas conforme o avanço da convergência da mídia e tecnologias digitais. Acredita-se que as mídias digitais e a transmídiação estão ampliando a cultura drag mato-grossense, ainda que o contexto de espaços de sociabilidade LGBT viva o percurso oposto. É de grande importância compreender e registrar esse processo cultural e midiático dado o momento político em que o pensamento conservador e fundamentalista tem crescido e prejudicado os progressos das populações marginalizadas, assim como os sujeitos da presente pesquisa.

AS DRAG QUEENS E A TRANSMÍDIA: COMO ELAS SE ENCONTRAM?

Para começar a falar sobre o cenário cultural atual das drag queens é preciso começar a refletir sobre o que é uma drag queen e as significações que seu corpo tem. Como diz Foucault (1999) a sociedade por meio de seus mecanismos de poder, setores ainda hierarquizados acima de outras áreas como a medicina e a justiça, busca por uma norma fixa da sexualidade, dos gêneros. E é nesses modelos tradicionais do que significa ser homem e ser mulher que a drag queen “desloca a sincronia entre o gênero e o sexo, e a presunção de seu alinhamento binário no esquema pênis-macho-homem, vagina-fêmea-mulher” (BEZERRA, 2016, p. 4-5).

A arte drag confronta com os padrões estabelecidos socialmente. O corpo drag trata-se de um corpo que é construído, “montado” no vocabulário drag, e que está na fronteira entre os gêneros pré-estabelecidos. De acordo com Santos (2012), é um corpo híbrido que transita entre o que se entende por masculino e feminino sem as pretensões de ser completamente um ou o outro. Diferente da transexualidade, a drag queen se

monta para performar o gênero feminino sem o intuito de se tornar mulher. É o fazer mulher e não ser mulher, a drag queen se conecta com a linguagem do teatro e do espetáculo (SANTOS, 2012).

As reflexões sobre o que é uma drag queen, ganharam notoriedade à luz da Teoria Queer com os estudos de Judith Butler (2003), sob os conceitos de performatividade e paródia de gênero. É de suma importância destacar a delicadeza de se trabalhar com tal conceituação, para que não ocorra interpretações deturpadas de performatividade como performance. Ressalta-se que nesse conceito de performatividade não existe concepção voluntarista do gênero (MISKOLCI; PELÚCIO, 2007). As drags se originam da performatividade por espelharem as práticas normatizadas socialmente do que é entendido como feminino para materializarem isso em seus corpos masculinos.

Segundo Miskolci e Pelúcio (2007), a paródia de gênero é uma repetição cômica do feminino que reitera a não existência de uma essência natural dos gêneros. Devido a isso, as drag queens são capazes de aprender e imitar o gênero. Conforme Butler (2003, p. 196), “ao imitar o gênero, a drag revela implicitamente a estrutura imitativa do próprio gênero – assim como sua contingência”. Torna-se evidente que não há uma identidade de fixidez dos gêneros.

Com suporte nas roupas e gestualidade tidas como femininas, as drag queens dão vida a suas performances através da performatividade de gênero. Ainda que se questione que as drag queens reforçam estereótipos que foram designados socialmente no nascimento do corpo possuidor de vagina, não se pode deixar de ressaltar que, a partir dessa mesma premissa, em sua paródia, as drags estão, de acordo com Butler (2003), constantemente desconstruindo e brincando com essas mesmas regras e padrões normativos que buscam reger os corpos e suas expressividades.

Para Santos (2012), o corpo da drag queen se trata de um corpo híbrido que transita entre o que é entendido por masculino e feminino sem as pretensões de ser completamente um ou outro. Diferente da transexualidade, a drag queen se monta para performar o gênero feminino sem o intuito de ser mulher. É o fazer mulher e não ser mulher, a drag queen se conecta mais aproximadamente com a linguagem do teatro e do espetáculo.

É nos espaços de espetáculos, casas de shows e boates direcionadas para o público LGBT que as drag queens tiveram sua arte legitimada. As boates se consolidaram no imaginário popular brasileiro como o espaço para a execução da performatividade do feminino e paródia de gênero no sujeito drag. Contudo, a estética das drag queens e, conseqüentemente a cultura drag, veio se transformando gradativamente ao longo dos anos. Elas atravessaram o espaço das boates ao passarem a frequentar outros espaços para se fazer vista a sua existência, assim como exemplificado com o caso do reality show *RuPaul's Drag Race*, de visibilidade mundial.

Com o avanço das tecnologias e dos meios de comunicação de massa, o mundo se viu na era da convergência das mídias. Enquanto acreditava-se que as mídias poderiam enfraquecer seu poder e alcance com o surgimento de novas tecnologias, observou-se que elas, na verdade, se convergiram e se fortaleceram. A televisão, o rádio e o jornal não perderam sua força e alcance, apenas migraram para outro ambiente. Trata-se do ambiente virtual, o ciberespaço de Lévy (1999), um espaço em que o processo de comunicação global que se dá por meio de uma rede de computadores.

Na cultura da convergência podemos verificar a expressividade que as narrativas transmidiáticas tem adquirido na sociedade, bem como a visibilidade da discussão acerca dessa temática tão cara aos estudos de mídias digitais. No âmbito dessa discussão, muitas vezes, as questões de transmídia são abordadas pela ótica das empresas e corporações, mas no caso da presente pesquisa o olhar se volta para o sujeito que gerencia estratégias nas redes para si mesmo.

A transmídia é uma narrativa que visa amplificar seu conteúdo primário em diversas mídias e linguagens. É importante ressaltar que a transmídia não é uma adaptação de um mesmo objeto para transmitir em plataformas diferentes, não se trata de uma mesma história contada em lugares distintos. Para que haja a narrativa transmídia é necessário que cada mídia exponha diferentes pontos de vista e história acerca da história principal (SCOLARI, 2015).

Uma característica importante desse tipo de narrativa é a propagação do assunto. A transmídia está apoiada na retroalimentação dos conteúdos. Cada abordagem diversificada do mesmo tema contribui gradativamente para a manutenção do interesse do consumidor em cima daquilo (FECHINE, 2014). A narrativa se amplia e interconecta com a presença de pontos diferentes acerca da mesma história nas variadas

plataformas das mídias digitais a fim de “(...) repercutir um universo narrativo em redes sociais na *web* ou fora dela, adicionando o gosto dos consumidores por saberem mais sobre aquilo que consomem nas mídias” (FECHINE, 2014, p. 3).

Abordando a participação do consumidor ou fã no consumo da narrativa transmídia resalta-se a preocupação de Jenkins acerca do conceito de transmídia. Em “*Transmedia 202*”, Jenkins (2011) destaca a importância do papel do fã com sua interatividade, produção e desejo ávido por consumir mais e mais de determinado tema (RESENDE, 2013, p. 6). No caso da transmidiação, o fã é aquele consumidor que se doa ao conteúdo e interage com o mesmo, participa ativamente e intervém na narrativa. Sem isso, “(...) o texto transmídia não se realiza como tal visto que sua manifestação depende de relações, conexões e associações por fazer” (FECHINE, 2014, p. 9).

O produtor de um conteúdo transmidiático tem como desafio criar para seu público alvo diversificadas ferramentas para navegar em um universo dentro daquela narrativa para que possam aprofundar seus conhecimentos e identificações com a história. Se tal processo não ocorre, o fã consumidor pode ir em busca de outros mundos para imergir em uma nova narrativa transmídia. Segundo Massarolo e Alvarenga (2010),

A narrativa transmídia é o instrumento que o contador de histórias contemporâneo utiliza para criar espaços narrativos que requerem a participação e a imersão do consumidor num mundo imaginário. O que as pessoas desejam, sobretudo, é vivenciar as experiências narradas pelas histórias, onde as personagens favoritas de um programa de televisão ou de um filme figuram como atrativos de um mundo a ser explorado (MASSAROLO; ALVARENGA, 2010, p. 6).

Então, como foi estruturado, a transmídia é um formato narrativo de produção multiplataforma, que funciona atravessado por planejamentos práticos de divulgação e complementação de histórias por meio de diferentes pontos de vista. Além disso, se faz presente na transmidiação a imersão, interatividade e ação dos fãs e público consumidor no universo narrativo em que esse se relaciona.

METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa se estrutura a partir de uma abordagem metodológica qualitativa, devido a sua capacidade de examinar abrangentemente em um campo

usufruindo de diversificadas fontes para coleta de dados. Realizou-se um estudo de caso para melhor compreender a correlação entre os fenômenos da transmídia e os sujeitos drag queen, visto que “o propósito de um estudo de caso é reunir informações detalhadas e sistemáticas sobre um fenômeno (PATTON, 2002 apud FREITAS; JABBOUR 2011, p. 10).

O estudo de caso se faz muito útil para a pesquisa, pois trabalha com questões contemporâneas por plurais meios para adquirir os dados buscados (FREITAS; JABBOUR 2011, p. 11). De acordo com Yin (2003, p. 32), o estudo de caso é uma forma de pesquisa que “(...) investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

Dessa forma, foi possível aprofundar acerca da carreira da drag queen Sarah Mitch, da capital de Mato Grosso, por meio da coleta de dados em suas redes sociais e canais de streaming para melhor observar a construção da história da drag queen. Dentre as diversas redes sociais e canais de compartilhamento e streaming dela estão presentes o Instagram, YouTube, Spotify, Facebook, Twitter, Deezer e Apple Music. A escolha dessas plataformas ocorreu devido ao fato de que

O estudo das redes sociais na internet é retomado como abordagem principalmente após o surgimento dos chamados sites de redes sociais na internet (Boyd & Ellison, 2007). Esses sites são caracterizados pela construção de um perfil com características identitárias (que são percebidos como os atores sociais) e com a apresentação de novas conexões entre esses perfis (as arestas na rede social). Como a internet possui ainda a característica da pertinência das interações sociais, essas são mais facilmente percebidas, gerando novas oportunidades de estudo desses grupos sociais (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, p. 116, 2011).

A seleção de Sarah Mitch, em específico, se deu pelo destaque e contribuição para a cultura drag mato-grossense ao longo de seus 19 anos de carreira. Sarah foi Melhor Drag do Brasil, em 2008, no concurso nacional realizado na boate Blue Space, na cidade de São Paulo. Também fez participações em programas televisivos de renomadas emissoras de grande visibilidade, participou de *Qual é o Seu Talento?*, do SBT, programa *Legendários*, da Rede Record, e integrou uma temporada completa do famoso *Amor & Sexo*, da Rede Globo.

Posteriormente, foram analisadas as informações, vídeos fotos e demais produção de conteúdo da drag queen em suas mídias sociais a fim de analisar o

atravessamento do processo de transmídia na carreira de Sarah Mitch para averiguar o objetivo da pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÕES: SARAH MITCH E A CULTURA DRAG MATO-GROSSENSE

Buscou-se analisar sobre o viés da transmídia de que forma essa narrativa constrói a drag queen Sarah Mitch, bem como amplia sua visibilidade e campo de trabalho para si e para a cultura drag de Mato Grosso.

O conteúdo central se trata da drag queen cuiabana Sarah Mitch. Como mídia primária podemos considerar o próprio corpo construído e montado de drag queen e adiante os espaços mais habituais, que seriam os palcos de boate LGBT e as aparições anuais nas Paradas da Diversidade.

A transposição dessa plataforma para outras que possibilitam a interatividade do público consumidor e amplia a narrativa a partir de diferentes modos de se ver e imergir no universo Sarah Mitch se consolida com a midiaticização da drag queen. Sarah Mitch, @eusarahmitch, possui mais de 17,5 mil seguidores no Instagram.

Em 2013, Sarah Mitch se tornou uma drag queen cantora autoral e vem lançando músicas, álbuns e videoclipes, sendo eles todos disponibilizados nas plataformas digitais: YouTube, Spotify, Deezer, Apple Music, Instagram, Facebook e Twitter. Nessa perspectiva, podemos ver a transmídiação na ocorrência de outra faceta da narrativa, que antes se tratava somente do corpo drag, agora ser uma cantora com canções e videoclipes de conteúdos originais de autoria própria. Assim, apresentando aos fãs um outro ponto de vista sobre a narrativa transmidiática chamada Sarah Mitch.

Para além desse atravessamento como cantora, Sarah se tornou apresentadora do programa de entrevistas *Papo de Dark Room*. Esse programa veiculado na web é postado periodicamente no canal da drag no Youtube desde 2015. Atualmente *Papo de Dark Room* conta com duas temporadas. Nesse programa Sarah Mitch entrevista diversos convidados que fazem parte de seu universo pessoal, bem como das personalidades LGBTs do Brasil. O formato do programa e o canal em que é postado possibilita à drag apresentadora a ação participativa de seus fãs com pedidos e comentários nos vídeos de cada programa que compõe a temporada.

Atravessando para outra mídia, Junio, que dá vida a Sarah Mitch, a transformou em atriz, em 2016. Ela foi a primeira drag queen a apresentar uma peça de teatro musical drag autoral chamada *Ambição Loira* – uma autobiografia de carreira, que teve duas temporadas no mesmo ano.

Em 2017, Sarah ressignificou a mídia palco ao realizar seu primeiro show solo completo ao vivo *Diário de uma solteira*, em vez dos convencionais show de dublagens nos palcos de boates. *Diário de uma solteira* originou o primeiro álbum ao vivo da drag cantora, que fazem mais uma vez um processo de transmidiação ao estar disponibilizado nos canais de streaming mais populares da internet: Spotify, Deezer e Apple Music.

Ainda nesse mesmo ano, a drag, que já havia se tornado atriz em 2016, estreou como personagem no drama teatral chamado *Escola de Bonecas*. A peça obteve grande sucesso e interação do público, de tal forma que realizou uma segunda temporada no ano de 2018.

Sarah Mitch viveu, mais uma vez, transmidiação ao adentrar o mundo do cinema. A drag, que já havia quebrado os paradigmas ao ser “duplamente atriz” nos palcos dos teatros cuiabanos, agora é também atriz de cinema. Sarah estreou como protagonista no curta-metragem *Drag Nostra* no primeiro semestre de 2018.

No encerramento da coleta de dados para a presente pesquisa, o destaque da narrativa transmídia que atravessa a carreira de Sarah Mitch se encontra no lançamento do videoclipe *Bolsonaro Não #ELENÃO*, em agosto de 2018. A música do vídeo se trata de uma paródia de *Bad Romance*, da cantora pop norte-americana, Lady Gaga. O impacto de *Bolsonaro Não #ELENÃO* nas redes foi gigantesco. A participação do público consumidor e fã da drag queen espalharam o videoclipe em grande escala a ponto de viralizar no WhatsApp e em todas as mídias sociais. Atualmente esse é o vídeo mais assistido de Sarah Mitch, ultrapassando 96 mil visualizações no YouTube.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a execução da metodologia, foi proporcionado à pesquisa a averiguação de como a drag queen Sarah Mitch, como uma mídia primária, ao longo de sua carreira vai atravessando as multiplataformas, realizando a completude de sua narrativa pessoal sob diversificados pontos de vista, sempre à disposição da cultura participativa que

envolvem os fãs e demais público consumidor. Também se destaca o poder e capacidade da transmídiação como ferramenta de contribuição da ampliação e manutenção da cultura drag no estado de Mato Grosso.

Constatou-se que acontece um deslocamento das drag queens do ambiente físico das boates e clubes noturnos para o ciberespaço das redes sociais e mídias digitais, bem como para outros espaços provenientes do processo de transmídia presente na reconfiguração atual da cultura drag do estado, devido à escassez de espaços de sociabilidade LGBT na capital de Mato Grosso e ao impacto vivenciado pela cultura da convergência.

Observou-se que a cultura drag mato-grossense se reinventou gradativamente conforme as necessidades do contexto e realidade do estado acerca da cultura LGBT. Assim como no início da era da convergência das mídias, as drag queens não enfraqueceram e/ou desistiram de expressar sua arte diante do cenário conservador e de escassez de espaços que as acolhem. Elas só migraram para outros espaços, seja físico ou virtual, e neles se fortaleceram e repaginaram a cultura drag e cultura LGBT em Mato Grosso. Sugere-se a realização de novas pesquisas para investigar detalhadamente como a cultura drag tem feito uso das ferramentas das mídias digitais, redes sociais e transmídiação para resistir politicamente e ampliar artisticamente o seu campo de trabalho no Brasil.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, P. H. A. **Butler, performance de gênero e as potencialidades do fazer drag como agência subversiva**. In: 15º Congresso Brasileiro de Assistentes Sociais, 2016, Olinda - PE. 80 anos do Serviço Social no Brasil: a certeza na frente e a história na mão. Olinda - PE: CFESS/CRESS/ABEPSS/ENESSO, 2016.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

FECHINE, Y. **Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais do agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras**. **Anais do XXIII Encontro Anual da Compós** (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém (PA), 2014.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. Trad. M.T. C. Albuquerque e J. A G. Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREITAS, W. R. S.; JABBOUR, C. J. C. **Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: boas práticas e sugestões**. Revista Estudo & Debate, Lajeado, v. 18, n. 2, p. 07-22, 2011.

JENKINS, H. **Transmedia 202: Further Reflections**. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html. Acesso em 04/04/2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MASSAROLO, J. C.; ALVARENGA, M. V. T. **Franquia Transmídia: O Futuro da Economia Audiovisual nas Mídias Sociais**. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul (RS), 2010.

MISKOLCI, R.; PELÚCIO, L. Fora do sujeito e fora do lugar: reflexões sobre performatividade a partir de uma etnografia entre travestis. In: *Gênero*, v. 7, n. 2, 2007. pp. 257-269.

RESENDE, V. L. **A narrativa transmidiática: conceitos e pequenas dissonâncias**. Anais do 7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura. Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Curitiba (PR), 2013.

SANTOS, J. F. **Meu nome é “Híbrida”: Corpo, gênero e sexualidade na experiência drag queen**. In: Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad. Nº9. Año 4. Agosto-noviembre de 2012. Argentina. ISSN: 1852-8759. pp. 65-74, 2012.

SCOLARI, C. A. **Narrativas transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea**. Revista *Parágrafo*, v. 1, n. 3, jan/jun, 2015.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.