

QUEM QUER IMPEACHMENT DA PRESIDENTA DILMA ROUSSEF?

Bruna dos Santos Bolda⁵¹

RESUMO: As manifestações ocorridas no Brasil em prol do Impeachment da Presidenta Dilma Roussef nos dias 15 de março, 12 de abril e 16 agosto de 2015 constituem o recorte temporal desse estudo. Esses protestos organizaram-se através das redes sociais, todavia, apesar da massificação de informações e rebeldia populacional transcrita nas publicações e nas ruas, não se esclareceu quem, de fato, queria o impeachment. Nesse sentido, objetiva-se compreender o imaginário social existente entre os manifestantes, para, então delinear os perfis das pessoas insatisfeitas com o governo Dilma. Para tanto, recorreu-se a uma pesquisa documental, bibliográfica e estudo de caso das manifestações e protestos de 2015. Os resultados obtidos foram que, comparado à população total do país, a média de brasileiros manifestantes chegou 0,64%, e, dentre esses, maioria mantém o imaginário social construído durante o período militar. Com isso, conclui-se que as manifestações movimentaram parte pequena e conservadora da população nacional.

Palavras-Chave: Impeachment; Redes Sociais; Imaginário Social; Manifestações; Governo Dilma

INTRODUÇÃO

Os ciclos de manifestações em prol do impeachment da presidenta Dilma Roussef ocorridas em 15 de março, 12 de abril e 16 agosto em diversas cidades do Brasil tomou espaço nos grandes veículos de comunicação nacionais e internacionais. O jornal britânico The Guardian, jornal Financial Times, empresa britânica de notícias BBC, jornal alemão Der Spiegel, jornal espanhol El País, jornal argentino Clarín, entre outros, por exemplo, publicaram notícias sobre a crise do poder executivo nacional. Entretanto, as edições dos protestos mobilizaram poucos brasileiros. A saber, a partir de dados disponibilizados pela Polícia Militar (2015), infere-se que a manifestação de maior repercussão atingiu 1,17% da população e aglomerou manifestantes com características socioeconômicas próximas.

Portanto, há ideais e interesses comuns a esses poucos manifestantes, que se delineiam e explicitam historicamente, especialmente sob influência da ditadura militar. Nesse sentido, a pesquisa propõe compreender o imaginário social que prepondera entre os manifestantes a partir da análise de suas características econômicas, políticas e culturais e das ideologias e idealismos disseminados através das redes sociais – especialmente das Fanpages⁵² de Facebook responsáveis pela organização dos protestos.

⁵¹FURB, bruna.bolda@hotmail.com.

⁵²Interfaces existentes na rede social Facebook específicas para divulgação de empresas e afins.



IMAGINÁRIO SOCIAL NO BRASIL: O OTIMISMO PUBLICITÁRIO DA DITADURA MILITAR

Carlos Fico (1997) interpreta as produções publicitárias dos anos 1969 a 1977 – Governo Médici e Geisel – numa perspectiva diferente das obras produzidas até então. Seu objetivo não foi encontrar as ideologias presentes nas propagandas ou compreendê-las como instrumento ideológico de dominação política da autocracia burguesa. Pelo contrário, produziu a história das mentalidades desse período, ou seja, procurou compreender como se configurou o imaginário social no Brasil a partir da produção massificada das propagandas pela elite ditatorial.

Por imaginário social, vale ressaltar, compreende-se a tessitura da identidade social. Ou seja, a auto-percepção e construção da sociedade pelos seus próprios indivíduos. “É assim que, através dos seus imaginários sociais, uma coletividade designa a sua identidade; elabora uma certa representação de si; estabelece a distribuição de papéis e das posições sociais; exprime e impõe crenças comuns” (BACZKO, 1982, p. 409).

Para compreender o imaginário social existente no período de repressão no Brasil Carlos Fico (1997) analisou as ideias, impressões e imagens do período, mesmo dada a dificuldade de distanciamento temporal do objeto de estudo (cerca de 30 anos). A partir desses estratos de pesquisa compreendeu que “os militares brasileiros não utilizaram de técnicas e modelos clássicos de propaganda como a nazista ou a facista, pois sabiam da repulsa que elas causavam. Precisaram, portanto, optar por um tipo de propaganda diferenciada, amparada em temáticas não doutrinárias e com poucas colorações oficiais” (MOTA, 1997).

Nesse sentido, Fico (1997) observa que as propagandas elucidavam os aspectos alegres, desenvolvimentistas e de democracia racial a fim de desenvolver um imaginário social otimista acerca da ditadura. Essa publicidade estava para além da dominação social e da disseminação do comportamento idealizado pelos governantes pois significou o auto-reconhecimento do povo brasileiro. Para tanto, resignificou-se a realidade através dos valores de ordem moral: dignificação, nacionalismo, patriarcalismo e patriotismo. Esse projeto ficou conhecido como “missão civilizadora”.

Por isso, o povo brasileiro viveu numa dualidade: a disparidade da exaltação nacional para com a realidade - que faz crer numa imagem pessimista do Brasil – e patriotismo em períodos curtos que cernem à grandes conquistas no campo esportivo. Nesse sentido, o interesse intrínseco para com a valorização da nacionalidade estava à mercê de uma minoria, que ocultava determinadas realidades. “Ocultação, e não visibilidade, era característica do regime militar. Da mesma forma, nenhuma sensação de familiaridade se poderia estabelecer entre as imagens

propostas pelos militares e a sociedade; ao contrário, estranheza e excludência era o que causavam” (FICO, 1997, p. 59).

O mote das reflexões está em compreender que, conforme reitera Durand (2002), o imaginário social de Brasil grandioso e exuberante por suas belezas naturais é alimentado pela literatura. Desde as produções literárias nativistas, até o barroco, arcadismo, romantismo, realismo, naturalismo, parnasianismo, simbolismo, pré-modernismo e modernismo percebe-se a alusão à natureza e territorialidade brasileira, vezes como personagem principal, vezes como plano de fundo. Essa perspectiva, com o governo ditatorial, assumiu o imaginário de “Brasil potência” e “Brasil gigante pela própria natureza”.

A criação de agências de propaganda durante o período militar, principalmente a ARP e Aerp, foi fundamental para dissimular o caráter ditatorial do governo. Ainda, a importância dessa fundação se estendeu à aceitabilidade do povo para com a atual conjuntura política, tendo em vista que o Brasil ainda não havia passado por um governo militar consolidado. Para tanto, a estratégia consistiu em negar os objetivos do governo – que eram claros, mas difíceis de aceitar.

A ARP e a Aerp utilizaram de produções baseadas em música, cena marcante e frase de efeito voltada ao público-alvo do horário, propiciando a memorização e introspecção da mensagem. Ainda, criaram um sistema de produção nacional integrado aos estatais, a fim de regionalizar mensagens. Dessa maneira e obtendo a concessão de 10 minutos diários de propaganda gratuita em todas as rádios e TV’s, centralizaram a produção midiática do período militar (SOTERO, 1989).

Segundo Fico (1997), as propagandas, na maioria, retratavam a juventude – a fim de incutir a ideia de “novo” – construindo algo ou convivendo amorosamente com sua família. Dessa maneira, a publicidade foi despolitizada, e, no lugar da política, incluiu-se ideais “tradicionais” e “honrosos”. Octávio Costa, o produtor da maior parte da publicidade, espiritualizou o período militar, desfocando a discussão política.

A RESSIGNIFICAÇÃO DO OTIMISMO DURANTE AS MANIFESTAÇÕES EM PROL DO IMPEACHMENT DA PRESIDENTA DILMA

Diferentemente do período militar, 2015 possui diversos meios de comunicação de massa, ou seja, que atinge grande quantidade de receptores simultaneamente: rádio, TV, jornal, internet, entre outras tecnologias de mídia. Com isso, manter o monopólio da construção do imaginário

social, como se configurou a ARP e Aerp durante a ditadura, é dificultoso. Ou seja, veículos oficiais e não oficiais do governo, atualmente, possuem espaço para produzir a opinião pública.

No que tange às manifestações em prol do impeachment⁵³ da presidenta Dilma, tendo em vista que se organizaram através de eventos no Facebook, os objetos motivadores foram as redes sociais. Especialmente as Fanpages Movimento Brasil Livre, Revoltados Online e Vem pra Rua. Contudo, percebe-se que os idealismos presentes em tal movimentação populacional convergem mais para a figura pessoal da presidenta, do que para a conjuntura política e econômica atual do país.

Oliveira Viana (1939), nesse sentido, aponta que a formação intelectual política brasileira está alicerçada em conhecimentos extranacionais e midiáticos, favorecendo o desenvolvimento do idealismo utópico, ao orgânico. Ou seja, a formação opinativa brasileira a partir das redes sociais possibilitou o intercâmbio de informações em massa e a disseminação de ideologias e idealismos.

Acresce que há distanciamento entre os conceitos de idealismo e ideologias. Ideologia, numa vertente marxista, pode ser compreendida como inversão entre as ideias e o real. Ou seja, são ideias ou representações que “tenderão a esconder dos homens o modo real como suas relações sociais foram produzidas e a origem das formas sociais de exploração econômica e de dominação política. Esse ocultamento da realidade social chama-se ideologia.” (CHAUÍ, 2008, p. 21). Já idealismo, define-se como um princípio ideal de vida e sociedade.

As imagens produzidas pelas duas Fanpages de oposição mais conhecidas – Revoltados Online e Movimento Brasil Livre – apontam para perspectivas conservadoras, ou de ataque à figura pessoal da presidenta Dilma Rousseff, ou de idealização dos mesmos princípios “tradicionais” e “honrosos” disseminados pela propaganda militar. A imagem a seguir foi publicada 6 dias antes da 3ª manifestação em prol de Impeachment da Presidenta Dilma em 2015 e traça uma releitura de concepções tradicionalistas.

⁵³No Brasil, regulamentado pelo artigo 52 da constituição federal, o impeachment consiste na perda do cargo político e na inabilitação, por oito anos, para o exercício de função pública.

Imagem 1 – Impeachment é amor (?)



Fonte: MOVIMENTO BRASIL LIVRE. Fotos. 10 de agosto de 2015. Disponível em: <https://www.facebook.com/mblivre/photos/pb.204223673035117.2207520000.1440596181./309883039135846/?type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-gru1-1.xx.fbcdn.net%2Fphotos-xpt1%2Fv%2Ft1.09%2F11863433_309883039135846_5119934185588922348_n.jpg%3Foh%3D31a9baf7f0443543708085284843a140%26oe%3D56704576&size=960%2C720&fbid=309883039135846>. Acesso em: 26 de agosto de 2015.

A legenda da imagem faz apologia ao amor pela família, pátria, emprego, estabilidade financeira e segurança expressos no ato de aderir ao movimento pró-impeachment.

Sair às ruas de forma ordeira, preocupado não só com seu futuro, mas pelos seus amigos e familiares, é amor. Saia às ruas pelo seus familiares que perderam seus empregos. Pelo seu amigo que tem menos comida na mesa por causa da inflação, e por aquele que está se atolando em dívidas por conta dos juros. Pelo seu primo que foi assaltado 2 vezes só esse ano e é tratado como opressor, ou por sua prima que vai encontrar um estuprador de 17 anos na próxima esquina. E também por aqueles que você não conhece mas se solidariza em saber que todos estamos juntos naufragando nesse mesmo barco. Grite pelo impeachment por cada brasileiro que vai seu suor e seu sangue para tentar ter uma vida digna, mas vai deixar quase metade de sua força com impostos. Grite por cada brasileiro que deixou de sonhar para pagar as contas da corrupção. Não deixe a vergonha tomar as ruas do seu país. Ame a liberdade, ame a democracia, ame você mesmo. Impeachment é amor. (MOVIMENTO BRASIL LIVRE, 2015).

Outros exemplos são os idealismos de mulher, que, teoricamente, se opunham à figura da presidenta e apelam ao sexismo. Em contraposição, os sistemas de ideias territorialistas (em que o

sul é visto como superior às demais regiões brasileiras), de povo brasileiro (como oposto aos nordestinos e imigrantes), de intervenção imediatista sob a política (evidenciada na tomada do poder pelos militares e na luta armada, se necessário), de governo (como comunista) e de educação (oposta às propostas freiriana e marxista), se configuram como ideologias, visto que são conceitos, já cunhados em específicos contextos históricos, que continuam a guiar ações e pensamentos de grupos na atual conjuntura social (BOLDA; RODRIGUES; KROLL, 2015).

Todavia, as redes sociais como objeto motivador das manifestações não possuem credibilidade e acessibilidade frente à população brasileira. Por exemplo, o primeiro ciclo de manifestações - ocorridas em 15 de março de 2015 -, segundo a Polícia Federal (2015), abrangeu em todo o país cerca de 2,4 milhões de manifestantes. Ou seja, se comparado à população total do país no período – pouco mais de 204.718.000 milhões – somente 1,17% dos brasileiros foram às ruas. Já em relação ao segundo ciclo de manifestações em abril e terceiro em maio o resultado é ainda mais alarmante: respectivamente, 0,34% e 0,42% do total população.

Aliado à pouca credibilidade atribuída a uma movimentação que surgiu das redes sociais e não de um ambiente oficial está o acesso a esse meio virtual. Segundo o PNAD de 2013 produzido pelo IBGE, 49,4% da população brasileira possui acesso à internet. Portanto, as redes sociais não atingem a maioria da população, pois dependem, entre outros, de fatores econômicos para seu acesso. Ainda, sob resquícios da ditadura militar e influência do imaginário social produzido pela Arp e Aerp, TV e rádio são consideradas as mídias de credibilidade.

Sob essa perspectiva é possível compreender o perfil socioeconômico dos manifestantes, que possibilita o acesso às redes sociais. Segundo pesquisa desenvolvida na USP (2015) com os participantes da manifestação do dia 12 de abril de 2015 sobre a confiança no sistema político e fontes de informação, os dados de maior incidências foram: homens (52,7%), de 46 a 55 anos (21%), renda de R\$ 7.880 a R\$ 15.760 (28,5%), ensino superior completo (68,5), cor branca (77,4%), a maior confiança na imprensa é Veja (51,8%), a maior confiança nos movimentos sociais é no Vem pra Rua (70,8%), maiores fontes de informação política são TV e jornal (56,2%).

Ou seja, o perfil socioeconômico e cultural preponderante são de pessoas que viveram infância e adolescência durante o regime de repressão, e, portanto, vivenciaram o sistema educacional da época e tiveram seu imaginário social modelado às propagandas produzidas pelas elites ditatoriais. Com isso, a perspectiva otimista acreca do Brasil idealizada em suas juventudes se transpõe no seu ato de reivindicação, que objetiva “acordar o gigante” e alcançar o “Brasil

potência” e “gigante pela própria natureza”. Entretanto, o cenário real brasileiro contrapõe esses idealismos.

O Brasil é um dos países mais ricos do mundo. Atualmente, é considerado como 6ª potência mundial. Contraditoriamente, está entre os países mais injustos: temos o 3º pior índice de Gini do planeta, uma minoria extremamamente rica vive ao lado da maioria caracterizada por inaceitáveis índices de pobreza, miséria, fome, analfabetismo, déficit habitacional, violência, acesso a serviços de saúde, educação, assistência social. Por isso, a ONU classificou o Brasil em 84º lugar no ranking de atendimento a direitos humanos, segundo o índice de Desenvolvimento Humano (FATTORELLI, 2012, p. 59-60).

A fim de amenizar essas disparidades o governo PT promoveu o Bolsa Família, instituído pela Lei nº 10.836/2004, que beneficia famílias em situação de pobreza e de extrema pobreza. Essa categorização em “pobre” ou “extremamente pobre” é obtida a partir do Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal, realizado com famílias com renda per capita de até R\$ 77,00. O mote consiste na transferência de renda a fim de amenizar os impactos da pobreza e acessibilizar educação e saúde (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE À FOME, [s.d.]).

Todavia, as políticas públicas brasileiras, ao passo que atendem à camada pobre e extremamente pobre da população com o propósito de diminuir os impactos da desigualdade social, também disponibilizam sistemas de manutenção da riqueza dos extremamente ricos. Um exemplo é a dívida pública brasileira que, em 2011, suprimiu 45,05% do Orçamento Geral da União. Os detentores dos títulos dessa dívida “interna” são estrangeiros ou brasileiros que vivem no exterior, beneficiados com a ilícita “Bolsa Rico” (FATTORELLI, 2012).

Em suma, o grupo social que invadiu as ruas para lutar em prol de um “Brasil melhor”, levando em conta a renda de maior incidência de R\$ 7.880 a R\$ 15.760, é impossibilitado de receber tanto a “Bolsa Família” quanto a “Bolsa Rico”. Ainda, grande parte são micros ou pequenos empreendedores não isentos dos impostos e não beneficiados com política pública assistencialista específica. Isso justifica os 60,4% de entrevistados que, segundo a pesquisa da USP (2015), concordam com a frase que “O bolsa família só financia preguiçoso”.

Ainda segundo a pesquisa da USP, a maior parte dos manifestantes ingressaram e completaram o Ensino Superior (60,8%) nas décadas de 1980 e 1990 – final da ditadura militar e início do processo de redemocratização. Período em que organismos internacionais, movimentados principalmente por interesses econômico-financeiros, em escala crescente,

procuravam responder à necessidade de urgente reestruturação do cenário educacional brasileiro. As discussões acerca das Políticas Públicas Educacionais, dadas as pressões da sociedade, passaram a ser traçadas com crescente participação popular desde a elaboração da Constituição Federal de 1988 e LDB 9394/96 (SAMPAIO, 2000).

Ou seja, o contato dos protestantes entrevistados com o Ensino Superior deu-se num período em que as políticas públicas de acesso e permanência nesse nível de ensino não haviam sido postas em práticas, mas somente delineadas na elaboração da Constituição Federal e LDB. Nesse sentido, as únicas maneiras obter a formação acadêmica era ou ingressar numa instituição pública gratuita ou pagar no ensino privado. Infere-se, com isso, que parte da grande concordância dos entrevistados (70,9,4%) com a frase “Cotas nas universidades geram mais racismo” advém do ingresso e permanência no Ensino Superior meritocratas a que foram submetidos.

Vale ressaltar que o apego meritocrata e consequente rejeição de políticas igualitárias é o ideal liberal que “permitiu ao capitalismo alcançar os resultados correspondentes à sua verdadeira natureza” (CATTANI; OLIVEIRA, 2012, p. 171). A ditadura militar foi fundamental na consolidação do idealismo capitalista com o Brasil na medida em que, para depor João Goulart na Operação Brother Sam, teve de disseminar o perigo de ter mais uma Cuba no Brasil (FICO, 2008). Esse “perigo do ataque comunista” no Brasil, atualmente, agravou-se no imaginário social, por exemplo, com o programa Mais Médicos – que trouxe médicos cubanos para o Brasil.

Por conseguinte, as ideologias de intervenção imediatista sob a política - evidenciada na tomada do poder pelos militares e na luta armada, se necessário – e do governo Dilma como comunista insurgidas com as manifestações em 2015, fazem sentido quando contextualizadas com o imaginário social produzido durante o período de repressão, que ainda é reproduzido. Isso repercute no imaginário social atual, por exemplo, com os 64,1% de entrevistados pela USP (2015) concordantes com a frase “O PT quer implantar um regime comunista no Brasil”. Atrelado à reprodução de discursividades conservadoras durante o período militar está a Revista Veja – a mídia de maior confiança de 51,8% dos entrevistados pela USP (2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O imaginário social propagado durante a Ditadura Militar no Brasil - que enfatiza ideais “honrosos”, tradicionais e anticomunistas – e pela literatura brasileira – que preconiza um país de

riquezas geográficas -, entre outros idealismos, exercem influência sobre os manifestantes em prol do impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Isso porque a maioria dos manifestantes viveram sua infância e adolescência nesse período e formaram seu intelecto sob a perspectiva otimista de possibilidade de crescimento brasileiro.

As manifestações, dessa maneira, se comportaram como a expressão da crença num “Brasil gigante” e passível de melhoria. Todavia, concomitantemente, esse foi um espaço de disseminação de idealismos retrógrados e ideologias conservadoras já delimitadas no período de repressão. Para a concretização desse espaço reivindicatório foi necessário a interlocução de um objeto comum à classe. Dessa maneira, as redes sociais se tornaram os objetos motivadores das manifestações e possibilitaram o intercâmbio de informações dos movimentos sociais para com a população.

Entretanto, esse espaço interativo é acessível a uma parte da população brasileira, que exclui pobres e extremamente pobres. Ou seja, os manifestantes não eram pessoas da linha da pobreza, mas uma parcela da população não beneficiada por políticas públicas assistencialistas do governo PT – como Bolsa Família, por exemplo. Apesar o movimento não ser unânime no país e ter mobilizado somente cerca de 0,64% da população, há um perfil preponderante e justificável de manifestantes: classe média, nascidos no período de Ditadura Militar, brancos e de alto grau de instrução intelectual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BOLDA, Bruna dos Santos; RODRIGUES, Jaide Pereira; KROLL, Artur Luaciano. *Entre o ideal e o ideológico: uma leitura das manifestações de 2015, no Brasil*. In: ENCONTRO REGIONAL DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS SOCIAIS DA REGIÃO SUL, 27, 2015, Florianópolis.
- BACZKO, Bronislaw. Imaginação Social. IN: *ENCICLOPÉDIA Einaudi*, Vol.5, ANTROPOS, 1982.
- CATTANI, Antonio David; OLIVEIRA, Marcelo Ramos (orgs). *A sociedade justa e seus inimigos*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2012. 184 p.
- CHAUI, Marilena. *O que é ideologia*. São Paulo: Editora Brasiliense, 2008.
- DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário*. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- FATORELLI, Maria Lucia. Bolsa Rico. In: CATTANI, Antonio David; OLIVEIRA, Marcelo Ramos (orgs). *A sociedade justa e seus inimigos*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2012. 184 p.
- FICO, Carlos. *O grande irmão: da operação Brother Sam aos anos de chumbo - o governo dos Estados Unidos e a ditadura militar brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. 334 p.
- _____. *Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997. 188 p.



IANNI, Octavio. *Estado e planejamento econômico no Brasil (1930-1970)*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. *Pesquisa Nacional por amostra de domicílios*. 2015. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2013/sintese_default.xls.shtm>. Acesso em: 27 de agosto de 2015.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE À FOME - MDS. *Bolsa Família*. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.mds.gov.br/bolsafamilia>>. Acesso em: 27 de agosto de 2015.

MOTA, Carlos Guilherme. *Uma certa ideia de Brasil*. In: FICO, Carlos. Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997. 188 p.

MOVIMENTO BRASIL LIVRE. *Fotos*. 10 de agosto de 2015. Disponível em:

<https://www.facebook.com/mblivre/photos/pb.204223673035117.-2207520000.1440596181./309883039135846/?type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-gru1-1.xx.fbcdn.net%2Fphotos-xpt1%2Fv%2Ft1.0-9%2F11863433_309883039135846_5119934185588922348_n.jpg%3Foh%3D31a9baf7f0443543708085284843a140%26oe%3D56704576&size=960%2C720&fbid=309883039135846>. Acesso em: 26 de agosto de 2015.

SAMPAIO, Helena. *Ensino superior no Brasil: o setor privado*. São Paulo: Editora Hucitec, 2000.

SOTERO, Paulo. *Credibilidade do Brasil cai a cada dia*. O Estado de S. Paulo, 1989.

USP. *Pesquisa com os participantes da manifestação do dia 12 de abril de 2015 sobre confiança no sistema político e fontes de informação*. 2015. Disponível em: <<http://www.lage.ib.usp.br/manif/>>. Acesso em: 26 de agosto de 2015.

VIANNA, Oliveira. *O Idealismo da Constituição*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campanha Editora Nacional, 1939.

