

## **SEMIÓTICA DO CORPO, DA MODA E DA COMUNICAÇÃO**

*Semiotics of the body, fashion and communication*

*Sémiotique du corps, de la mode et de la communication*

Entrevista realizada pelos editores da Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, concedida em 23 de maio de 2022; Pacaembu, São Paulo, e Heliópolis, Garanhuns.



Fonte: acervo pessoal dos entrevistados – Recife, 2015

**Nomes dos entrevistados(as):** Ana Claudia Mei Alves de Oliveira<sup>1</sup> e Marcelo Machado Martins<sup>2</sup>

**Nome do GT coordenado pelo entrevistado e anos em que foi ofertado no Colóquio de Moda:** GT3: Corpo, Moda, Comunicação (2009 e 2013 a 2022)

\*\*\*

**Entrevistador (a):**

Relate sua breve trajetória profissional.

**Ana Claudia:** Graduada em Língua e Literatura Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1975) e graduada em Publicidade e Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1976). Mestrado (1983) e Doutorado (1989) pela PUC-SP:PEPG em Comunicação e Semiótica. É membro do Conselho de Ex-Presidentes da ANPAP: Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas; Vice-presidenta da FEDROS – Federazione Romanza di Semiotica; membro da Diretoria da ASSIBERCOM – Associação Ibero-americana de Comunicação (2019-2023), na qual coordena a DTI 7: “Estética dos discursos mediáticos”. Membro da ABES: Associação Brasileira de Estudos

1 <http://lattes.cnpq.br/2458418074368433>; <https://orcid.org/0000-0002-7179-1546>; [anaclaudiamei@hotmail.com](mailto:anaclaudiamei@hotmail.com)

2 <http://lattes.cnpq.br/9084914012461108>; <https://orcid.org/0000-0002-5846-4559>; [machadomartins@yahoo.com.br](mailto:machadomartins@yahoo.com.br)

Semióticos. Consultora *ad hoc* da FAPESP, CAPES, CNPq e PUC-SP:PIPEQ. Membro do Conselho Científico da ABEPEN – Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda, e no Colóquio de Moda organiza com Marcelo Machado Martins o Gt3: “Corpo, moda, comunicação”. Professora Titular da PUC-SP: FAFICLA, na qual atua na Graduação e na Pós-graduação em Comunicação e Semiótica. Dentre seus objetos de pesquisa estão: Fundamentos teóricos da Semiótica estrutural; Semiótica, estética e estesia, Figuratividade e arranjos plástico-ritmo-estésicos; Semiótica visual; Semiótica da moda e do corpo; Semiótica da mídia, Semiótica sincrética, Semiótica das práticas da vida urbana; Semiótica da cidade. É líder do Centro de Pesquisas Sociosemióticas – CPS, que codirige com Eric Landowski (CNRS, França), no âmbito do qual mantém a formação e aprofundamento teórico em rede de investigadores, e desenvolve vários acordos internacionais e nacionais para o desenvolvimento da pesquisa semiótica. É Diretora da revista *Acta Semiotica* e parecerista de vários periódicos nacionais e internacionais.

**Marcelo:** Formado em Letras, com especialização em Língua Portuguesa; Mestre e Doutor em Semiótica e Linguística Geral. Professor titular do Núcleo de Comunicação e Design da Universidade Federal de Pernambuco. Vice-presidente do Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda; coordenador do GT 3, “corpo, moda e comunicação” do Colóquio de Moda, e membro da Diretoria da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEN). Parecerista – e por vezes, coeditor – da *Revista Dobra[s]* e da *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*.

**Entrevistador (a):**

Qual a sua história pessoal com o Colóquio de Moda?

**Ana Claudia:** Desde o 1º Colóquio de Moda, em 2005, realizado na cidade de Ribeirão Preto, no *campus* do Centro Universitário Moura Lacerda, organizado por Maria de Fátima Mattos e Kathia Castilho, a trajetória de minhas investigações de uma semiótica do corpo, da moda e semiótica do corpo vestido estiveram ligadas ao Colóquio de Moda. Foi ele o locus de partilha dos desenvolvimentos temáticos do corpo com gestualidade, postura, cinetismo em relação à moda que, em articulação, performam nos processos interacionais do contexto social e ganham circulação nas diferentes mídias. São muitos anos de edificação de uma semiótica que se ocupa das práticas sociais do corpo vestido, das marcas e produtos da indústria da moda, do consumo da moda, da edificação de padrões estéticos nos arranjos do plano da expressão para concretizar o plano do conteúdo e construir os sentidos dos diferentes tipos de enunciados. Estudos que correlacionam as abordagens semióticas do que se esteticamente se sente e inteligivelmente se conhece e reconhece

nos arranjos das passagens entre sensível e inteligível. Agradeço o companheirismo de Marcelo Machado Martins e sua enorme capacidade de estar junto em múltiplas tarefas que essa coordenação de GT exige. Sem ele, esse GT não teria continuado e guardaria tantas vidas nele formadas.

**Marcelo:** O Colóquio de Moda confunde com a minha própria formação, de um momento pós-doutorado. Fiz mestrado e doutorado na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP (Semiótica e Linguística Geral). Durante meus estudos formativos da pós-graduação, participei da efervescência da criação do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da PUC-SP, numa época de muito trabalho por partes dos nossos professores, que não mediram esforços para consolidar o Centro como um espaço de excelência em Semiótica, inclusive com forte direcionamento para a internacionalização, como o é até os dias de hoje. Por causa dos meus estudos em Semiótica, desde quando entrei para o CPS, a professora Ana Claudia, sempre muito atenciosa e gentil comigo, me “puxava” para discutir temas e objetos que iam muito além do que eu pesquisava, e eu encarava aquilo como uma possibilidade de aplicar o meu parco conhecimento das teorias em outras áreas. Aos poucos, foi sendo construído em torno da professora Ana Claudia um espaço para estudos sobre moda, consumo, vitrinismo/*visual merchandising*, e eu participava das discussões dos pesquisadores desse grupo, sendo chamado para assistir a apresentações, ministrar minicursos, dividir disciplinas em cursos, ser coautor: essas coisas do mundo acadêmico que são os nossos caminhos para a consolidação de um nome, de uma pesquisa, de um “nós numa área”. Então, o Colóquio teve a sua primeira edição em 2005, mesmo ano em que eu me doutorei; participar dele “de longe” e, depois, com o GT da Ana Claudia. Eu o considero de uma relevância ímpar para mim, porque eu aprendi na base daquela coisa do “se fazendo”: “eu aprendi aprendendo”. Do mesmo modo que os meus cursos de pós me formaram, me deram a oportunidade de estudar fora do país, o CPS e o Colóquio me colocaram “no campo” – e a campo – para além dos objetos com os quais eu me debruçava na minha área de conforto. Depois, veio o Congresso de Iniciação Científica com a Taísa Viera Sena, com as orientações dos alunos em diversas áreas dentro da Moda, mas aí já é uma outra história – de formação, também.

**Entrevistador (a):**

Desde quando, por quem e por que o GT foi criado?

**Ana Claudia:** Fomos levados pelo entusiasmo de, na Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, estarmos então em 2004 formando há mais de uma

década mestres, doutores e estarmos recebendo pós-doutores no campo da semiótica, moda, corpo e comunicação. A efetivação do GT nasceu dessa impulsão de orientandos engajados em suas instituições de ensino de moda e da arte na graduação para que ousássemos mais e criássemos o referido GT.

**Marcelo:** Em 2004, já havia um burburinho crescente sobre um “grande evento de estudos e pesquisas em moda” que seria audaciosamente “nacional”, e hoje é internacional, inclusive. Eu acompanhei de longe, porque estava prestes a terminar a minha tese e, na sequência, prestar concurso na Federal. Mas a Kathia Castilho, com quem eu trabalhava no curso de Cultura de Moda *online* da Anhembi Morumbi, me atualizava dos fatos. Em 2005, ela me ligou para confirmar que tinha um grupo “empreendendo” este novo projeto, o Colóquio – e a professora Ana Claudia estaria nele; a Kathia me convidou para integrar esse grupo. Como eu tinha acabado de me mudar para Pernambuco, para Garanhuns, porque tinha sido aprovado para trabalhar na UFRPE: UAG, não participei presencialmente da primeira edição, e nem das seguintes, porque, assim que entrei na Federal assumi cargos de gestão na Unidade que tinha acabado de ser implantada no interior do Agreste pernambucano. Mas eu estava sempre lendo alguns documentos do Colóquio e também enviando trabalhos, que eram apresentados pela própria Kathia e pela Sylvia Demetresco, com quem eu escrevi muito para o evento. Em 2010, no Colóquio de São Paulo, conheci o GT da professora Ana Claudia, que o coordenava com a Cintia Sanmartin Fernandes. Nesse ano, acompanhei os trabalhos desse GT, e a professora me convidou para ficar com ela. Aceitei, e no ano seguinte foi a minha estreia, sozinho na coordenação do GT, no Colóquio de Maringá, e, desde então, depois de ter dado conta dessa prova de fogo, a professora formalizou o convite, e estamos juntos anualmente por este Brasilão. Em 2014, a ABEPEM me convidou para presidir, juntamente com a Taísa Vieira Sena, o Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda (CIC\_DEM) – na época, “Brasileiro”, até 2019; e lá fiquei até 2022, quando troquei de posição com a Taísa, tornando-me o vice-presidente do Congresso.

**Entrevistador (a):**

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

**Ana Claudia:** O GT 3 Corpo, moda, comunicação foi e é um incentivador dos debates de áreas que se entrecruzam, e as teorias semióticas os iluminam como objetos de pesquisa. A importância no debate geral é então muito significativa para todos, em especial, os novos, que encontram um campo já consolidado.

**Marcelo:** Eu prefiro responder à questão pensando nos GTs em geral, porque, além de tudo que eles fazem – e fazem muito bem – do ponto de vista da circulação de saberes e de práticas acadêmicas, além de serem um espaço das primeiras experiências de apresentação de trabalhos de pós-graduandos, pós-graduados (e de graduandos e especialistas, no CIC\_DEM) bem como para o recebimento de um “aval” dos pares, principalmente em pesquisas em desenvolvimento; eu destaco a importância da *convivialidade* – se não relacionada à moda propriamente, pelo menos dos que a estudam e a pesquisam por caminhos diversos, complementares e por vezes tão antagônicos. E isso é interessante: muitos estudam a moda e o consumo, por exemplo, e levantam uma bandeira enorme da antimoda e do anticonsumo: coisas que talvez só no próprio espaço plural e inclusivo do Colóquio se expliquem mesmo! Bom, mas essa convivialidade é importante porque, às vezes, muitas vezes, a gente fica restrito, pesquisando ou estudando isoladamente em nossos centros, restritos à nossa bolha e ao nosso conforto; participar dos GTs, então, é uma renovação em todos os sentidos – fora que, como um dos “bendito és o fruto entre as mulheres”, é uma experiência impagável conviver com tantas mulheres dispostas a mudar o mundo e que acreditam piamente que suas pesquisas e estudos nos ajudam a entender um pouquinho mais e melhor o ser humano no espaço social.

**Entrevistador (a):**

Qual a importância do GT no debate geral da área de moda no Brasil?

**Ana Claudia:** Não tenho dúvida em afirmar que o Colóquio de Moda é uma solidariedade entre áreas diversas que foram se agrupando em distintos GTs abertos ao diálogo e com trocas muito significantes para a constituição do campo de estudos da moda que ganhou uma impulsão no Brasil que é impar no mundo. O GT3 tem como especificidade a abordagem das teorias semióticas. Predominantemente, a semiótica como teoria geral do sentido desenvolvida em torno do teórico Algirdas Julien Greimas e seus colaboradores como Jean-Marie Floch, nas teorizações da plástica da expressão, e de Eric Landowski da sociossemiótica com seus regimes de interação, sentido e risco. Mas também acolhe abordagens de outras semióticas e teorias do discurso. Sua importância é mostrar as teorias das linguagens em ação interpretativa da produção de sentido dos imbricamentos do corpo, da moda e da comunicação. É, pois, uma importância de destaque no cenário brasileiro que tem projeção internacional.

**Marcelo:** De algum modo, o nosso GT acabou congregando pessoas que estudam semiótica(s). Com certeza, por causa das nossas orientações nas pós-graduações,

passamos a juntar pessoas que estudam moda e áreas afins, mas do ponto de vista da(s) semiótica(s). E aqui temos que pluralizar o termo, porque recebemos trabalhos das mais diversas teorias semióticas, embora nossa principal atuação seja com a semiótica discursiva de A. J. Greimas, expandida por aportes de autores brasileiros muito importantes para o desenvolvimento desse “campo” de pesquisa: a própria professora Ana Claudia, por exemplo, mas também o pesquisador Eric Landowski, com suas proposições sobre regimes de sentido. Vez ou outra aparece algum trabalho que foge dessa “regra implícita”, e nossa leitura – inclusive porque quem acompanha o GT espera isso – é a de tentar semiotizar os trabalhos que nos são enviados. Não fazemos isso intuitivamente durante ou após as apresentações: temos um tempo de leitura e reflexão sobre os trabalhos desde que eles são aprovados para as apresentações. Então, o que eu posso dizer? O GT cumpre um duplo papel: o de manter acesa a chama “semiotizante” do mundo acadêmico, mas especificamente com temas relacionados à moda, ao corpo e à comunicação. São esses três vieses de estudo e de pesquisa – moda, corpo e comunicação – com os quais lidamos com relação a regimes de sentido, construção de identidades, simulacros, dizer verdadeiro, subjetividades, estratégias de marcas, rituais de consumo etc.

**Entrevistador (a):**

O ensino de moda no país foi ampliado e atingiu melhores índices devido a contribuição do GT? Como? Por quê?

**Ana Claudia:** Em larga medida o GT, desde o seu início, é um polo que congrega a semiotização da moda que circula nas várias mídias, da impressa, televisual, audiovisual às mídias digitais. O GT centralizou apresentações e debates sobre essas distintas linguagens e a organização dos modos de expressão na concretização dos conteúdos. Em outra vertente, ele congregou estudos sobre os pontos de venda em seus posicionamentos na rua, galeria e *shopping center*, com as suas vitrinas e o estabelecimento de jogos de visibilidade entre o dentro e o fora. No sentido alargado, a moda foi tratada como modos de vida, uma das práticas sociais que permite a exploração das interações dos corpos na cidade, com caracterizações da subjetividade e dos processos identitários. No âmbito da sociabilidade de sujeitos nos espaços e tempos da cidade, a caracterização dos modos de consumos é de grande relevo para a compreensão da intencionalidade que rege as determinações do social, assim como dos modos de pertencimento e dos vínculos. No eixo de tratamento das organizações discursivas, o GT agregou os estudos de interdiscursividade, intertextualidade, intersemiotividade, em especial, entre moda e arte. Ainda, digno de nota, foi o estabelecimento de diálogos entre a teoria semiótica e as várias disciplinas das ciên-

cias humanas e sociais que se entrecruzam no abrangente campo multidisciplinar do corpo e da moda. Os debates do GT possibilitaram amadurecer as questões trabalhadas quer em publicações acadêmicas de artigos, dissertações, teses quer em publicações diversas. Por todas essas razões, sem dúvida, essas publicações que saíram das instituições de ensino e pesquisa pós-graduados entraram nas faculdades de moda reoperacionalizadas para o ensino nos vários cursos.

**Marcelo:** Bom, desde antes do Colóquio, lá no fim dos anos 1990, quando comecei a participar do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da PUC-SP, por indicação da professora Ana Claudia, que era uma das diretoras do CPS, eu acompanhei a produção dos trabalhos de dissertação e tese de duas de suas orientandas, Kathia Castilho e Sylvia Demetresco, respectivamente *Moda e Linguagem* e *Vitrinas: construção de encenações*. Esses trabalhos, um tempo depois, foram revisados e publicados no formato de livro. Em 2003, 2004, eu fui convidado para trabalhar no Cultura de Moda da Anhembi Morumbi; para tanto, elaboramos material didático, escrevemos artigos sobre os conteúdos e os publicamos. Ainda com essas duas colegas, em coautoria com a Kathia publiquei *Discursos da Moda: semiótica, design e corpo*; e revisei e prefaciei o *Vitrina em diálogos urbanos*, da Sylvia. Sempre sob a tutela da professora Ana Claudia. Então, por mim, o GT da Ana Claudia, que na época da orientação da Kathia e da Sylvia tinha acabado de voltar da França, trazendo nas malas a moda como um “novo” objeto de estudo e de pesquisas acadêmicas – pela abordagem da semiótica: quadrado semiótico, narratividade, enunciação. Com efeito, acabou sendo, principalmente no início da minha atuação nele, uma extensão desses trabalhos de escrita iniciais, sobretudo porque muitos dos pesquisadores que participavam dele vinham das orientações da professora Ana Claudia e também de trabalhos que eu, a Kathia e a Sylvia desenvolvíamos nos cursos da Anhembi Morumbi. Eu pude acompanhar de perto, ao vivo e em cores, esses livros citados sendo pedidos por bibliotecas do Brasil inteiro, bem como vários artigos do nosso GT, que são lidos nos cursos de Moda, de Design de Moda, mas também em diversos outros. E, aqui, tenho que reconhecer, para o registro: ao longo dos anos, a gente acompanha o desenvolvimento do GT de uma perspectiva importante, qual seja, a da construção de um profícuo pensamento científico, no caso da professora Ana Claudia, que tem sido edificado – na área do “corpo, moda, comunicação”, a partir do próprio GT.

**Entrevistador (a):**

Na sua opinião, como foram as 2 edições online do GT?

**Ana Claudia:** Circunstancialmente a pandêmica da COVID-19 tem forçado a comunidade de estudiosos e de educadores a se organizar para apresentações e debates por meio de edições online. Não considero que essa fórmula substitua as interações face a face e, em presença, dos eventos. As edições do GT são marcadas por alongados debates para além daqueles do tempo de apresentação do trabalho. A profundidade desses ricos debates, o híbrido não consegue acompanhar. Assim, vamos nos adequando e nos aperfeiçoando em dar o nosso melhor, mas ainda faltam muitos patamares da riqueza do presencial.

**Marcelo:** Acho que vou contra a corrente, mas não me sinto confortável em dizer que foi tudo bem. Como, às vezes, pelo telefone, a comunicação no online fica também truncada, um diz-que-me-diz, um dito pelo não dito; e essas coisas acabam atrapalhando um pouco o que havia sido planejado, altera os ânimos dos envolvidos. Fora que o tempo de trabalho da organização do evento nesse outro formato é sobre-humano, para dar conta de a gente *assistir* e *assistir às* apresentações, mediar as mesas, dentre outros afazeres. Foi importante a ABPEM manter os dois eventos: o primeiro, em 2020, só com os GTs, com a inclusão das sessões do Congresso de Iniciação Científica no segundo, em 2021 – mas acho que houve muito sacrifício com relação à força de trabalho mesmo. Por outro lado, o que é positivo é que os eventos aconteceram e as pesquisas foram apresentadas – e mais: os pesquisadores continuaram a ter espaço de “produção” e de “visibilidade” durante o nefasto período do isolamento social que vivenciamos.

**Entrevistador (a):**

Quais são seus projetos para avançar e amadurecer o GT e, conseqüentemente, o debate na área da Moda?

**Ana Claudia:** Já fazemos muitas atividades fora do GT de modo que os tempos integralizados de nossa prática nos dias do Colóquio são muito enriquecidos pelas reverberações conceituais que são testadas em forma de hipóteses para afirmá-las ou não e daí chegar às generalizações. A metodologia requer debates aprofundados e acho que é nela que mais precisamos nos aprofundar. Meus projetos são de contribuir com o emprego da teoria semiótica com procedimentos teóricos bem elucidativos para a formação de quadros

sempre novos de investigadores no campo da semiótica do corpo, da moda e da comunicação.

**Marcelo:** Ainda precisamos desbravar o “mundo”. O universo digital está aí; se antes com certa timidez, agora, durante e depois da Covid-19, mostrou “com força” para o que veio, mostrou com força suas potencialidades e possibilidades. Não penso só do ponto de vista das relações humanas, das relações de comunicação humana, mas a própria comunicação homem-máquina e, no caso do GT, para além da comunicação, os discursos e práticas de produção e de consumo de moda, de *modus*, de corporalidades. O metaverso está aí, já em pleno funcionamento: um mundo paralelo em que as pessoas estão fundando outros modos de existência – e de sobrevivência. Nosso GT trata dessas questões também, porque elas envolvem nosso escopo: “corpo, moda, comunicação”. Por exemplo: antes pensávamos em “modificações corporais”, sob a pele, na pele e sobre a pele física; agora, para além das marcas no corpo físico, de tatuagens a escarificações e inserção de próteses diversas, têm-se as reconstruções de corpos e aparência promovidas pelo digital: são *faces* de *selfies*, bem alinhadas e bem organizadas esteticamente; são as modificações de proporções e cores do corpo e da roupa – e do cabelo, e dos acessórios, e dos objetos circundantes –, disponibilizadas pelos diferentes filtros; são as espacialidades e as temporalidades reconstruídas por simulacros que inserem o sujeito do mundo em nichos identitários que ainda precisam ser mais estudados e compreendidos – e tudo isso perpassando novos motes de estudo e de pesquisa que ganham tanto espaço nas redes sociais digitais: os próprios movimentos sociais, com destaque para o movimento negro, feminista, e da população LGBTQIA+, por exemplo; o (maior) envolvimento do sujeito com a política; os estudos das celebridades e das subcelebridades; os trabalhos de *fan-academic* etc.

#### Entrevistador (a):

Uma mensagem para a futura geração de pesquisadores no campo da moda

**Ana Claudia:** Acho que o que eu gostaria de frisar é que ser pesquisador é ter a vida toda imersa nos temas de estudo que problematiza. A pesquisa nos absorve justamente porque ela vive em nós e, por meio de nós, ela se exterioriza traduzida em linguagens. Precisamos zelar muito para que a pesquisa faça sentido, seja debatida e sirva, de fato, com procedimentos que possam ser bem reoperados para iluminar o objeto de estudo. Todo esse fazer precisa de muito empenho e é animado pela enorme paixão que move o pesquisador que não teme a se arriscar para ousar e abrir novos caminhos.

**Marcelo:** Como mensagem de alguém que foi “devorado” pela área, eu diria: “Seja bom, muito bom na sua especialidade primeira! ‘Empenhado’ seria um termo mais adequado.”. Depois, é preciso que os interessados estudem e entendam, façam correlações entre os movimentos de moda ao longo do tempo: o que é roupa, o que é vestuário, o que é moda, o que é tendência – o que isso tudo significa no corpo – e fora dele. Qual é o papel do “pano” que veste ou do corpo despido de um pano que o veste para uma determinada sociedade, para uma determinada cultura. No caso da produção de moda, essas coisas são fundamentais para a elaboração de projetos centrados no usuário. E mais: é preciso se dedicar aos estudos do cinema, de todas as formas de arte, como expressão de um corpo espacial e temporalmente marcado; o importante, não só o dizem essas manifestações, mas o *como* elas dizem. Eu penso que ajuda muito conjecturar – com anotações pessoais mesmo, escrevendo sobre, fotografando – os modos como se formavam o pensamento, e seu avesso, em uma época, e se há relações com o hoje. Essas coisas nos ajudam a ver o mundo dos estudos e pesquisas de outra maneira. E mais: acho que as pessoas não devem se intimidar com as pesquisas que propõem, cujo desejo de realizá-las “brotou das profundezas do âmago” do pesquisador, porque, por mais simples que sejam, os temas estão sendo revestidos por um caráter acadêmico, como também a abordagem, os resultados, as releituras bibliográficas; por mais óbvia que sejam, não tem problema: os pesquisadores estão dando um corpo “científico” para explicar a obviedade. E, lógico, não poderia deixar de dizer: “Conheça os professores, assista a palestras, minicursos: apaixone-se por essa gente inteligente que com o saber nos leva para outra dimensão (existencial, inclusive)”. Por fim, eu diria: “Tudo é estudável!”, desde que seja com um orientador *integrado* – e não *apocalíptico*, porque são perfis completamente diferentes.

Data de submissão: 03/07/2022

Data de aceite: 01/08/2022

Data de publicação: 03/10/2022

