

# (SOBRE)VOZES EM CAMPANHAS DE PROTEÇÃO ANIMAL

Juliana de Sá França \*  
Alexandre Ferrari Soares\*\*

**RESUMO:** Transformados em objetos descartáveis, calcula-se que existam no Brasil mais de 20 milhões de cães e gatos em situação de abandono. Diante desse quadro, entidades públicas, empresas privadas e grupos de defesa dos direitos dos animais, articulam-se no desenvolvimento de campanhas de adoção. Tendo como suporte os pressupostos da Análise do Discurso de linha francesa, sobretudo a noção de heterogeneidade discursiva, pretende-se analisar as vozes acionadas na construção do discurso que visa à conscientização sobre guarda responsável de animais domésticos em propagandas veiculadas pelo site Pro bem de cães e gatos, pelo blog *wecare4animals* e pelo Projeto Vira-Lata.

**PALAVRAS-CHAVE:** campanha publicitária; animais; abandono.

**ABSTRACT:** Transformed into disposable objects, it is estimated that in Brazil there are over 20 million dogs and cats in a state of abandonment. Given such a framework, public institutions, private companies and groups of advocates of animal rights are articulated in the development of campaigns aimed at promoting responsible ownership. Backed by the assumptions of French Discourse Analysis, especially the notion of discursive heterogeneity, we intend to analyze voices that are triggered in the construction of a discourse that aims to raise awareness about responsible in commercials published by site Pro bem de cães e gatos, by the blog *wecare4animals* and the Project Vira-Lata.

**KEYWORDS:** advertising campaign; animals; abandonment.

## INTRODUÇÃO

Possuir um animal como companhia é fato corriqueiro na sociedade brasileira. Dados do Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística (IBOPE) assinalam que, no ano 2000, 59% da população brasileira possuía algum animal de estimação, sendo que 44% eram cães e 16% gatos. Matéria veiculada pela revista *Época* em maio de 2009, indica que existem, em média, 5 milhões de animais sob guarda doméstica no Brasil.

As razões que levam inúmeras pessoas a optarem por ter um animal de estimação são as mais variadas, desde um vínculo afetivo ao mero

---

\* Docente do Curso de Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, *campus* de Marechal Cândido Rondon.

\*\* Docente dos Cursos de Graduação, Mestrado e Doutorado em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, *campus* de Cascavel.

modismo. Após o lançamento do livro “Marley e eu” – que conta a história de um cachorro labrador - e sua subsequente adaptação para o cinema, entre o final de 2008 e o início de 2009, por exemplo, houve uma grande oferta e procura por cães labradores. Cartazes com a frase “Marley está esperando por você!”, ao lado da imagem da personagem, tornaram-se atrativo para a venda de labradores na cor caramelo (a mesma de Marley, claro). Contudo, defensores dos animais são enfáticos ao alertarem que a euforia, aliada a falta de esclarecimento acerca das necessidades dos animais, resulta em abandono, na mesma medida em que se dá a acolhida.

Pouco discutido pela mídia, o abandono de animais é um fenômeno preocupante. Estima-se que no Brasil existam mais de 20 milhões de cães e gatos em situação de abandono<sup>3</sup>. Além das condições degradantes a que são submetidos tais animais, o problema reflete risco para a saúde pública, pois, de acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS), a propagação de zoonoses pode aumentar.

Segundo o órgão, a solução do problema não está na eliminação dos animais conforme praticada por tais centros. A entidade de Saúde indica como medidas eficazes a castração, o controle ambiental e, sobretudo, a conscientização das pessoas acerca da guarda responsável.

Compartilhando dos posicionamentos da OMS, outras inúmeras entidades governamentais e não governamentais, que objetivam orientar os cidadãos sobre as implicações de se ter um animal de companhia, vêm ganhando vozes na sociedade, com o objetivo de sensibilizar a população à causa.

Verifica-se, num primeiro momento, que é estratégia comum o uso de enunciados curtos e de impacto, associados às imagens de animais, sobretudo cães e gatos.

Nesse estudo, procura-se, então, analisar como se dá a constituição do discurso de proteção aos animais. Busca-se, refletir, como as práticas discursivas postas em funcionamento, sensibilizam quem já possui ou desejar possuir um animal de estimação. Os dispositivos teóricos da Análise de Discurso (doravante AD), especialmente à noção de heterogeneidade discursiva, fundamentam a leitura dos corpora.

## PANORAMA TEÓRICO

Na AD, segundo Maingueneau (1997), procura-se analisar a língua em funcionamento, de modo a compreender que os sentidos não são evidentes, mas, encontram-se no não-dito. Ou seja, objetiva-se observar,

---

<sup>3</sup> Dados da Sociedade Mineira de Proteção aos Animais (SPA). Site: <http://www.sociedadeprotetora.hpg.ig.com.br/smpa.htm>

além dos aspectos evidentes no discurso, os sentidos que se ocultam naquilo que não é dito.

Segundo Pêcheux (1997, p. 53), é possível encontrar pistas do objeto e do objetivo da AD, pois ao não pretender instituir-se especialista da interpretação, dominando “o” sentido dos textos, a disciplina coloca-se como meio para “construir procedimentos que exponham o olhar-leitor a *níveis opacos à ação estratégica de um sujeito*”.

Desta forma, este campo do saber constrói interpretações discursivas que não possuem homogeneidade, tampouco neutralidade. A AD busca explicar, portanto, porque o discurso tomou determinado sentido em detrimento de outro, sempre o relacionando às determinações linguísticas, mas, sobretudo, históricas e ideológicas.

Dos princípios da AD, destaca-se a relação de não-neutralidade do discurso (ORLANDI, 2001), pois todo dizer possui marcas ideológicas que afetam os sentidos a partir das suas condições de produção.

Ao considerar as manifestações ideológicas, a AD passa a divergir de outras correntes teóricas quanto à concepção de língua que exclui os traços ideológicos da reflexão sobre o(s) sentido(s). Para a AD, a língua é tida a partir de suas representações no mundo. Assim, as concepções de mundo de determinado segmento social e/ou do sujeito estão estritamente ligadas à linguagem porque a ideologia é indissociável da linguagem. Orlandi (2001, p.28) aponta que “enquanto prática significativa, a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido”.

A noção de heterogeneidade discursiva rejeita a ideia de homogeneidade discursiva ao conceber o discurso como uma manifestação essencialmente heterogênea. Assim como o discurso, o sujeito também é ‘heterogêneo’, afetado pelas ideologias impostas/postas na língua, que vem da/pela história. Portanto, o sujeito não é uno, mas atravessado pela ideologia.

Maingueneau (1997) destaca que ao dizer que um discurso é heterogêneo significa estar ciente de que ele é constituído tanto por uma relação de interioridade (heterogeneidade mostrada) e exterioridade (heterogeneidade constitutiva). Essa relação não unívoca é reconhecida como uma tentativa de o sujeito elaborar um discurso em face de um outro. Dito de outra forma, ao produzir um discurso, o sujeito, inconscientemente, formula representações imaginárias acerca do lugar por ele ocupado, da posição de seu interlocutor e da imagem do seu próprio discurso perante o outro.

Authier-Revuz (2004, p. 12), por meio de uma metáfora, considera que o discurso assemelha-se a um tecido, cuja textura se compõe a partir do entrelaçamento de múltiplos fios. Trata-se de uma composição multifacetada diante da realidade que se impõe à constituição do discurso.

De acordo com o conceito de heterogeneidade discursiva descrito abaixo, todo discurso se constitui a partir de vários outros discursos que o “atravessam”.

Nenhuma palavra vem neutra do ‘dicionário’; elas são todas ‘habitadas’ pelos discursos em que viveram ‘sua vida de palavras’, e o discurso se constitui, pois, por um *encaminhamento dialógico*, feito de acordos, recusas, conflitos, compromissos... pelo “meio” dos outros discursos” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.68).

Enfatiza-se, ainda, que a relação de um discurso com “outros discursos” e com o “discurso do outro” não é exterior, mas inerente a ele. “O lugar ‘do outro discurso’ não é *ao lado*, mas *no* discurso” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.37). Assim, o outro não é um objeto do qual se fala, mas uma condição constitutiva para que se fale a partir dele.

De acordo com Maingueneau (1998, p.79), todo discurso é “constituído através de um debate com a alteridade, independente de toda marca visível de citação, alusão etc.” Mesmo não apresentando marcas na superfície, segundo Maingueneau (1997), é possível conhecer a heterogeneidade constitutiva a partir de formulações de hipóteses que tenham por base o interdiscurso<sup>4</sup>.

Um processo de *reconfiguração incessante* no qual uma formação discursiva é levada [...] a incorporar elementos pré-construídos, produzidos fora dela, com eles provocando sua redefinição e redirecionamento, suscitando, igualmente, o chamamento de seus próprios elementos para organizar sua repetição, mas também provocando, eventualmente, o apagamento, o esquecimento ou mesmo a denegação de determinados elementos (MAINGUENEAU, 1997, p.113).

Authier-Revuz (2004, p. 22) considera que a presença do outro está em todo o discurso, isto é, em sua constituição, fazendo com que se alcance um ponto-limite entre as formas mostradas da heterogeneidade e a natureza heterogênea, constitutiva do discurso, na qual se esgotaria a descrição linguística. Para a autora, a heterogeneidade constitutiva é “uma *ancoragem*, necessária, no *exterior* do linguístico”.

Considera-se, assim, que a heterogeneidade constitutiva diz respeito ao funcionamento real do discurso ao remeter a presença do outro diluída no próprio discurso, ou seja, se as palavras do sujeito são atravessadas

---

<sup>4</sup> Segundo Orlandi (2001, p.31), o interdiscurso reside no fato de que algo sempre “fala antes em outro lugar e independentemente”. Para a autora, o fenômeno pode ser definido como “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra” (op. cit).

pelas palavras do outro, a presença do outro é parte inerente, condição fundamental para a constituição de qualquer discurso.

Enquanto a heterogeneidade constitutiva é caracterizada pela diluição das inúmeras vozes provenientes de formações discursivas e ideológicas no fio do discurso, a heterogeneidade mostrada apresenta-se a partir de uma evidência do outro no discurso. Ao contrário daquela, neste, as marcas da alteridade podem ser observadas na superfície linguística, valendo-se, inclusive, de recursos metalinguísticos para explicitar a presença do outro.

Authier-Revuz (2004) interessa-se mais em analisar as manifestações da heterogeneidade mostrada, entendendo-a como uma articulação exercida pelo sujeito entre essa modalidade e a heterogeneidade constitutiva.

A heterogeneidade mostrada corresponde a uma forma de *negociação* – necessária – do sujeito falante com essa heterogeneidade constitutiva – *inelutável mas que lhe é necessário desconhecer*; assim, a forma “normal” dessa negociação se assemelha ao mecanismo da *denegação* (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.71-72).

Ao ressaltar determinados pontos do discurso como sendo voz do outro, assumindo-as como tal ou não, circunscreve-se o campo da presença do outro como se ele não estivesse presente na constituição discursiva e, dessa forma, confere-se um tom de originalidade ao restante do discurso.

O sujeito na heterogeneidade mostrada se apoia em uma posição metalinguística, na qual julga possuir domínio sobre a produção discursiva para separar sua fala do outro e “mais ainda, ele e seu pensamento, da língua que ele observa do exterior como um objeto” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.73).

As manifestações da heterogeneidade mostrada podem ocorrer, segundo Authier-Revuz (2004), a partir de enunciados em que a presença do outro não está claramente mostrada – heterogeneidade não-marcada – ou explicitamente, configurando a heterogeneidade marcada.

Nas formas não-marcadas ocorre um jogo com o discurso do outro, no qual ele se apresenta sugerido, “semidesvelado”, levando a incerteza da presença do outro.

É desse jogo que tiram sua eficácia retórica muitos discursos irônicos, antífrases, discursos indiretos livres, colocando a presença do outro em evidência tanto mais que é sem o auxílio do “dito” que ela se manifesta: é desse jogo, no “limite”, que vêm o prazer – e os fracassos – da decodificação dessas formas (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.18).

Como não há uma limitação nítida entre os discursos, a heterogeneidade mostrada não-marcada é identificada a partir de diferentes indicadores, como o discurso indireto livre e a ironia.

Enquanto a heterogeneidade marcada pertence à enunciação e, por isso, é aparente na materialidade linguística, a heterogeneidade não-marcada, liga-se à instância do discurso. As manifestações marcadas apresentam-se, segundo Authier-Revuz (2004), sob duas formas: autonímica simples, na qual ocorre uma ruptura sintática com objetivo de evidenciar a dupla enunciação, ou por conotação autonímica, onde não há ruptura sintática e o discurso do outro se encontra diluído no fio discursivo.

Para Authier-Revuz (2004), ao demarcar a abrangência do outro no discurso, o sujeito institui o restante do discurso como emanando do próprio locutor e confere a cada palavra uma falsa transparência em oposição às outras que mantêm à distância.

Assim, as marcas explícitas de heterogeneidade respondem à ameaça que representa, para o desejo de domínio do sujeito falante, o fato de que ele não pode escapar ao domínio de uma fala que, fundamentalmente é heterogênea. Através dessas marcas, *designando o outro localizadamente*, o sujeito empenha-se em *fortalecer o estatuto do um* (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.73-74).

Ao distanciar o “seu” discurso do discurso do outro, a figura normal de usuário das palavras, segundo Authier-Revuz (2004, p. 13), desdobra-se em outra figura, a do observador das palavras utilizadas e “o fragmento assim designado recebe, em relação ao resto do discurso, um *estatuto outro*”.

A partir das considerações teóricas desenvolvidas, busca-se, na sequência, analisar as diferentes vozes presentes em discursos em prol da defesa dos animais.

## CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO

Não existem dados sobre o número de animais de estimação abandonados por dia no Brasil, apenas se sabe que a população de rejeitados tem crescido consideravelmente. Diante do problema, a prefeitura de São Paulo criou o site “Pro bem de cães e gatos”<sup>5</sup>, sob o slogan “Animais não podem ser tratados como objetos”. Do site, selecionou-se um *banner* como *corpus* representativo das ações tomadas pela prefeitura paulista.

---

<sup>5</sup> <<http://www9.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/sms/probem>>. Primeiro acesso em 10/07/2010 e atualizado em 06/10/2014.



Ao enunciar que “Animais não podem ser tratados como objetos”, o órgão público faz um alerta sobre a prática de ‘transformação’ de seres vivos à condição de objetos sem vida, sem necessidades ou direitos. A polifonia, instaurada pelo “não”, remete à pressuposição de que há uma concepção segundo a qual “animais podem ser tratados como objetos”. Maingueneau (1997, p.79) retoma os estudos de Ducrot (1987) acerca do tema ao comentar que essa marca da heterogeneidade mostrada “consiste em um processo que apresenta dois enunciadores,  $E_1$  e  $E_2$ ”.

Desta maneira, poder-se-ia dizer que a Prefeitura de São Paulo se opõe à postura daqueles que reduzem seus animais à condição de objetos, seja pela falta de atenção e carinho, pelo não atendimento veterinário ou pelo não suprimento das necessidades básicas, por exemplo.

O direcionamento interpretativo de tal enunciado, todavia, é dado com o segundo, em letras menores: “Não abandone aquele que nunca vai abandonar você.” A problemática da coisificação enunciada aponta diretamente ao abandono dos animais. Verifica-se que no segundo enunciado são ativadas vozes do senso-comum sobre a fidelidade do cão, sendo interdiscusivamente atravessado pelo provérbio “O cão é o melhor amigo do homem”. Entretanto, o animal que aparece na propaganda não é um cachorro e, sim, um gato. E a imagem simbólica do gato é avessa a do cão: o felino é tido como traçoeiro, no mínimo, p que provocaria outra leitura. Em todo caso, seguindo o curso do discurso ‘pensado’ pela prefeitura, pode-se dizer que houve, nesse momento, um desejo que estender a todos os animais os mesmos cuidados. A questão provocativa que o interdiscurso da presença do felino aponta, contudo, é uma reflexão que se deixa em suspenso.

O blog português *wecare4animals*<sup>6</sup>, conforme descrição disponível aos internautas foi produzido por “duas amantes de animais para encontrar

<sup>6</sup> <<http://wecare4animals.blogspot.com>> Primeiro acesso em 10/07/2010 e atualizado em 06/10/2014.

dono para os melhores amigos do homem”. Entre as ações empreendidas pelas responsáveis pelo blog, há divulgação de associações e entidades protetoras dos animais, apelos para adoção e localização de animais desaparecidos. Uma das postagens mais famosas do blog - que acabou se convertendo na sua chamada de “capa” - pode-se dizer que se trata de um slogan-chavão, ultrapassou às fronteiras portuguesas, sendo veiculada também por associações e grupos de defesa dos animais brasileiros.



Na propaganda, observa-se a foto de seis animais (três gatos e três cães) fotografados de frente e com uma placa pendurada ao pescoço de cada um. Tal disposição assemelha-se às fotos tiradas de condenados pela polícia. Assim, considerando a relação metafórica instituída, os animais estariam sendo “condenados” pelos “crimes” que cometeram e a pena seria o abandono.

Cada uma das placas traz o delito cometido pelo criminoso, descrito em primeira pessoa do singular: “roí um sapato”, “a minha dona foi de férias”, “os meus donos vão ser pais”, “arranhei o sofá novo”, “o meu dono mudou de país”, “a minha dona é alérgica”. Observa-se que os enunciados atribuídos aos animais, na realidade, pertenceriam aos discursos de seus antigos donos, ou seja, são acionadas as vozes dos ex-proprietários dos animais. E essas vozes, dirigidas aos “condenados” que, de acordo com a ótica de quem os abandonou, seriam merecedores da pena. Desta maneira, os enunciados presentes nas placas inscrevem-se na formação discursiva de direito, segundo a qual, aquele que comete falta merece ser castigado, a culpa, no caso, pelo abandono seria dos próprios animais.

Em defesa dos condenados aparece o enunciado à direita: “A culpa não é deles”. Aqui, ocorre o acionamento de uma voz que se contrapõe à primeira pelo uso do vocábulo “não”. Conforme indica Maingueneau (1997), um enunciado negativo pode ser desdobrado em duas proposições, visto

que há uma proposição que nega uma afirmação dita anteriormente (como já afirmado). A negação enunciada parte de uma atitude de contraposição à formação discursiva anterior, expressa pela imagem dos animais e suas placas, segundo a qual os animais são os culpados. Instaure-se, então, a voz dos defensores dos animais, cuja formação discursiva de defesa do direito do outro implica em um posicionamento que atribui a culpa aos donos dos animais, visto que esses deveriam ser responsáveis por seus animais de estimação. Essa formação discursiva fica explícita no enunciado seguinte: “É de quem os abandonou.”

Causar danos a objetos da casa ou de uso pessoal, mudanças, saída de férias ou alergias não são argumentos aceitáveis para aqueles inscritos em uma formação discursiva que remete à guarda responsável. Para os defensores dos animais, optar em possuir um animal de estimação significa, antes de tudo, planejamento e conhecimento das necessidades que um animal requer. Nesse sentido, pode-se ousar dizer que ao mesmo tempo que se procura redimir os animais de estarem vagando pelas ruas (e provocando quaisquer transtornos), determinados sujeitos (ativistas, órgãos da saúde, prefeituras) se eximem de culpa. Uma possível aproximação ao discurso sobre a filiação pode ser ouvida: uma vez a criança posta no mundo, ela é de sua responsabilidade, genitores.

Para financiar palestras e demais atividades em prol da conscientização popular, entidades de proteção aos animais, sobretudo as não-governamentais, lançam mão de variados recursos, como as rifas. O projeto Vira-Lata<sup>7</sup>, de Volta Redonda (RJ), criou cartões postais como maneira de arrecadar fundos para suas ações e também como veículo de propaganda da causa.



<sup>7</sup> <<http://www.vira-lata.net>>. Primeiro acesso em 10/07/2010 e atualizado em 06/10/2014.

Neste cartão, percebe-se o desdobramento da questão do abandono na campanha pela adoção. Nem todas as cidades brasileiras possuem abrigos para a demanda de animais de rua e aquelas que os possuem, estão, na maioria das vezes, com os abrigos lotados. O enunciado “Amigo a gente acolhe”, liga-se diretamente ao provérbio “Amigo a gente escolhe”, produzindo-se um trocadilho entre “escolher” e “acolher”, que remete diretamente à questão do abandono. Outra voz que se faz presente no enunciado remete a um segundo provérbio: “O cão é o melhor amigo do homem” (já explicitado noutro momento). Tal associação é reforçada pela imagem do cachorro logo abaixo do enunciado. O acionamento proverbial representa uma estratégia argumentativa que legitima o discurso ao recorrer a uma formação discursiva partilhada socialmente. Assim, utiliza-se como argumento um provérbio, cuja validade é aceita pela sociedade e emprega ao discurso a presença de uma verdade inquestionável.

O apelo feito pelo Projeto Vira-Lata não se restringe apenas a citações de cunho positivo, como se percebe no cartão abaixo.



Aqui a imagem não é utilizada apenas para reforçar o enunciado, mas para explicitar o sentido que se deseja conferir ao enunciado. Como afirma Possenti (1990, p.3), a língua não é suficiente em si só, “são as condições externas que explicam porque se diz o que se diz”. Em épocas passadas, o gato preto foi visto com maus olhos por ser associado à bruxaria. Os resquícios de tal pensamento se fazem presentes até a atualidade por meio de enunciado como “Gato preto é sinal de azar”. Todavia, o contra discurso em que se apoia o cartão acima do Projeto Vira-Lata concebe os animais de estimação como elementos positivos para a vida das pessoas, ainda que esse seja um gato preto. No fundo, é o desejo de verdade: todo e qualquer animal deve ser cuidado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um discurso que visa à sensibilização das pessoas para a posse responsável e para a adoção de animais de estimação abandonados, observa-se que o acionamento de distintas vozes, mais especificamente, a heterogeneidade mostrada, é utilizado como estratégia argumentativa/persuasiva.

O discurso dos defensores dos animais não só faz considerações sobre a valorização do animal enquanto ser vivo, como também coloca na superfície as vozes daqueles que abandonam seus animais de forma acusativa. Mas, ainda que jogando na posição discursiva de ‘combate’, o discurso dos protetores não é enfraquecido, já que o que entra em cena, sempre, é o discurso da “boa causa”.

Do mesmo modo, percebe-se que a argumentação em prol da adoção, empreendida pelo Projeto Vira-Lata, no caso, evoca vozes populares que, ao serem apropriadas, colocam em cena outros efeitos de sentido, como a sensibilização e a legitimação a favor da causa por eles defendida. Na produção dos sentidos, encontram-se as ‘manobras’ discursivas que instauram movimentos polifônicos e cujas estratégias atuam na demarcação de outras *mesmas/novas* vozes.

## REFERÊNCIAS

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. *Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas, SP: Pontes, 1987.

GLOBO. *Revista Época*. Rio de Janeiro: Globo, maio, 2009.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas, SP: Pontes, 1997.

ONG VIRA-LATA. Volta Redonda, Rio de Janeiro. <<http://www.vira-lata.net>>. Primeiro acesso em 10/07/2010 e atualizado em 06/10/2014.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Projeto Pro bem de cães e gatos. Disponível em: <<http://www9.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/sms/probem>> Primeiro acesso em 10/07/2010 e atualizado em 06/10/2014.

POSSENTI, Sírio. *Apresentação da Análise do Discurso*. In: Glotta, 12. São José do Rio Preto, Unesp, 1990.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 3 ed. Campinas, SP: Pontes, 2001.

WE CARE ANIMALS. <<http://wecare4animals.blogspot.com>> Primeiro acesso em 10/07/2010 e atualizado em 06/10/2014.