

TCC

2024.2

ARTIGOS

trabalho de
conclusão
de curso



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**

**ARTIGOS COMPLETOS DOS
TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE
CURSO 2024-2**

**FOA
Agosto de 2024**

EXPEDIENTE

FOA

Presidente

Eduardo Guimarães Prado

Diretor Administrativo - Financeiro

Iram Natividade Pinto

Diretor de Relações Institucionais

Alden dos Santos Neves

Superintendente Executiva

Josiane da Silva Sampaio

EDITORA FOA

Editor Chefe

Laert dos Santos Andrade

Diagramação

Ubiracy Junior

UniFOA

Reitora / Procuradora

Educacional Institucional

Ivanete da Rosa Silva de Oliveira

Pró-reitor Acadêmico

Bruno Chaboli Gambarato

Pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação

Igor Dutra Braz

Pró-reitora de Extensão

Ana Carolina Callegario Pereira

Pró-reitor de Planejamento e

Desenvolvimento

Maximiliano Pinto Damas

Pró-reitor de Educação a Distância

e Tecnologias de Ensino

Rafael Teixeira dos Santos

FICHA CATALOGRÁFICA

Bibliotecária: Alice Tacão Wagner - CRB 7/RJ 4316

C397a Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA.
Artigos completos dos trabalhos de conclusão de Redonda: FOA, 2024.
curso 2024.2, [E-book]. / Volta Redonda: FOA,
Agosto 2024.134 p.

ISBN: 978-85-5964-203-2

1. TCC – artigos completos. 2. Trabalho científico. I. Fundação Oswaldo Aranha. II. Centro Universitário de Volta Redonda. III. Título.

CDD – 001.42

Editora FOA

Centro Universitário de Volta Redonda, Campus Olezio Galotti
Av. Dauro Peixoto Aragão, nº 1325, Três Poços, Volta Redonda, RJ
Tel.: (24) 3340-8350

www.unifoa.edu.br/editorafoa

SUMÁRIO

ENFERMAGEM	4
ENGENHARIA CIVIL	1
ENGENHARIA ELÉTRICA	1
JORNALISMO	1
PUBLICIDADE E PROPAGANDA.....	1
SISTEMA DA INFORMAÇÃO.....	1

ENFERMAGEM

O PAPEL DO ENFERMEIRO FRENTE À INTOXICAÇÃO EXÓGENA NA EMERGÊNCIA PEDIÁTRICA

THE ROLE OF THE NURSE IN EXOGENOUS POISONING IN PEDIATRIC EMERGENCY

PEREIRA, N. C. S.¹; SOUZA, A. J. C. F.¹; SOARES, B. E.¹; MONTEIRO, D. P.¹; PINHEIRO, J. M. S. R.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

nelita.pereira@foa.org.br

Resumo: Este estudo trata de uma pesquisa bibliográfica acerca do papel do enfermeiro frente à intoxicação exógena na emergência pediátrica, com os objetivos de identificar a atuação do enfermeiro na prevenção de crianças intoxicadas; apresentar os agentes causadores da intoxicação e suas manifestações clínicas; identificar o perfil das crianças intoxicadas e o local de maior ocorrência de intoxicação. Pesquisa bibliográfica, exploratória, descritiva, com abordagem qualitativa, utilizando o Google Acadêmico e a BVS nas bases de dados: Lilacs, BDNF e Scielo, utilizando os descritores “emergência pediátrica”, “equipe de enfermagem”, “intoxicação”, “criança intoxicada”, “enfermeiro na emergência”, “intoxicação exógena”. Selecionaram-se 18 produções entre os anos de 2019 a 2024. À análise dos artigos emergiram quatro categorias: assistência de enfermagem e a atuação na prevenção de crianças intoxicadas; agentes causadores da intoxicação e manifestações clínicas; características das crianças intoxicadas; locais de maior ocorrência. Conclui-se que as intoxicações em crianças compreendem a maioria das exposições tóxicas relatadas aos centros de assistência e informação toxicológica e que o papel da enfermagem é primordial no contexto do atendimento multiprofissional ao paciente com diagnóstico de intoxicação exógenas de suas diversas causas.

Palavras-chave: Emergência pediátrica. Intoxicação. Equipe de enfermagem. Intoxicação exógena. Criança.

Abstract: This study addresses a bibliographic research on the role of the nurse in exogenous poisoning in pediatric emergencies, with the objectives of identifying the nurse's role in the prevention of poisoned children; presenting the agents causing poisoning and their clinical manifestations; identifying the profile of poisoned children and the most common locations for poisoning occurrences. This is a bibliographic, exploratory, descriptive research with a qualitative approach, using Google Scholar and the BVS databases: Lilacs, BDNF, and Scielo, employing the descriptors "pediatric emergency," "nursing team," "poisoning," "poisoned child," "nurse in emergency," and "exogenous poisoning." A total of 18 publications from 2019 to 2024 were selected. Four categories emerged from the analysis of the articles: nursing care and the role in the prevention of poisoned children; poisoning agents and clinical manifestations; characteristics of poisoned children; and most common locations. It is concluded that poisoning in children represents the majority of toxic exposure cases reported to toxicological assistance and information centers, and that the role of nursing is crucial in the multidisciplinary care of patients diagnosed with exogenous poisoning from its various causes.

Keywords: Pediatric emergency. Poisoning. Nursing team. Exogenous poisoning. Child.

1. Introdução

Este estudo trata de uma pesquisa bibliográfica acerca do papel do enfermeiro frente à intoxicação exógena na emergência pediátrica. A ideia de desenvolver a pesquisa surgiu do interesse de obter mais conhecimento acerca da atuação da equipe de enfermagem junto às crianças com intoxicação exógena.

A intoxicação exógena consiste no efeito nocivo de uma ou mais substâncias tóxicas no organismo exposto de maneira frequente e excessiva, capaz de desencadear um mixar de sintomas clínicos ou laboratoriais capazes de provocar um desequilíbrio orgânico, podendo ser desencadeado pelo uso de produtos químicos industriais, representados principalmente por agrotóxicos, inseticidas e medicamentos, expressando risco para as crianças (PEREIRA *et al.*, 2024).

O estudo justifica -se devido aos altos índices de intoxicação exógena no Brasil. Conforme mencionado por Duarte *et al.* (2021), entre 2009 e 2018, o Sistema Nacional de Informações Tóxico-Farmacológicas (Sinitox) registrou 254.135 casos de intoxicação no Brasil, com um total de 710 óbitos (0,28%). Além disso, apontou que o uso inadequado ou acidental de medicações é tido como o maior meio de intoxicação e óbitos no Brasil e sugeriram, dessa forma, a crescente nas falhas de controle de medicamentos e a necessidade de maior controle de dispensação e uso destes.

Nesse contexto, é imprescindível que o atendimento da enfermagem no pronto socorro ocorra de forma minuciosa para avaliar a classificação de risco das crianças, sendo o enfermeiro o profissional presente para estabelecer uma comunicação compreensível, realizar anamnese e prestar assistência (TEIXEIRA *et al.*, 2023).

Portanto, o papel do enfermeiro na emergência pediátrica é de extrema relevância, não apenas no atendimento imediato, mas também na promoção de um ambiente seguro e na educação dos cuidadores atuando frente a redução de ocorrências e para a melhoria da saúde infantil como um todo.

Surge assim, a necessidade da elaboração de uma questão norteadora: O que a produção científica revela acerca do papel do enfermeiro na abordagem e manejo da intoxicação exógena em crianças no contexto da emergência pediátrica?

Para responder esse questionamento, o estudo tem como objetivos: Identificar a atuação do enfermeiro na prevenção de crianças intoxicadas; descrever os agentes causadores da intoxicação; identificar o perfil das crianças intoxicadas.

Espera-se com este estudo contribuir com informações acerca da atuação da equipe de enfermagem junto à pacientes com intoxicação exógena.

2. Metodologia

O estudo realizado consiste em uma pesquisa bibliográfica, exploratória, descritiva, com uma abordagem qualitativa. O levantamento dos artigos foi realizado na Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) que integra as seguintes bases de dados: Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (Lilacs), Base de Dados de Enfermagem (BDENF), Scielo e Google Acadêmico.

A estrutura da pesquisa em cada base de dados foi conduzida por meio dos descritores controlados pelo DeCS: “emergência pediátrica”, “equipe de enfermagem”, “intoxicação”, “criança intoxicada”, “enfermeiro na emergência”, “intoxicação exógena” cruzados entre si. Foram encontradas 1.761 produções científicas e após a utilização dos seguintes filtros: texto completo e disponível, idiomas português e inglês e assunto principal: Intoxicação na emergência pediátrica, selecionaram-se 18 artigos, publicados entre os anos de 2019 a 2024.

A etapa de seleção dos estudos envolveu a leitura crítica e atenta dos artigos na íntegra, aplicando os seguintes critérios: 1) Inclusão estudos originais, publicados no idioma português e inglês nos últimos 5 anos, que abordassem, o papel do enfermeiro frente à intoxicação exógena na emergência pediátrica. 2) Exclusão - não atendessem aos critérios de inclusão e estarem duplamente indexados nas bases. A coleta de dados deu-se no período do mês de setembro de 2024.

Inicialmente foi feita uma leitura flutuante dos artigos selecionados, e logo em seguida, foi realizada uma leitura analítica dos artigos, realizando a interpretação dos dados. Após a interpretação dos dados, foi possível construir as seguintes categorias temáticas. Os dados foram analisados em consonância às orientações de estudo sobre a pesquisa com abordagem qualitativa.

3. Resultados e Discussão

3.1 Assistência de enfermagem e a atuação na prevenção de crianças intoxicadas

Ao analisarmos as produções científicas identificadas, observou-se os procedimentos necessários para a assistência e cuidados das vítimas de intoxicação exógena na

emergência pediátrica, a necessidade do conhecimento sobre as substâncias tóxicas para que haja um tratamento adequado e rápido evitando possíveis risco de morte e a atuação na prevenção através de ações de educação e promoção da saúde. O trecho abaixo revela essa condição:

É fundamental o registro clínico completo dessas crianças e adolescentes, no intuito de adotar um tratamento adequado, contudo, os profissionais devem estar conceituados, sobre as características das substâncias tóxicas que causam a intoxicação de acordo com a idade e o tempo. O processo de intoxicação precisa ser confirmado através de exames laboratoriais, ensaios clínicos e investigação epidemiológica (BONFIM *et al.*, 2023).

É imprescindível que o profissional esteja atento às condições clínicas apresentadas, bem como as possíveis alterações, visto que na emergência pediátrica podem ocorrer situações graves e ameaçadoras para a vida da criança. Além disso, os cuidados de enfermagem devem ser baseados em princípios e diretrizes e direcionados para prevenção das complicações decorrentes das substâncias envolvidas. O enfermeiro atua em conjunto com a equipe multiprofissional desenvolvendo ações preventivas, curativas emergenciais ou de acompanhamento durante a internação e alta hospitalar para a redução da morbimortalidade decorrente dos casos de intoxicação exógena (SOUSA *et al.*, 2020; TEIXEIRA *et al.*, 2023).

Além disso, é crucial investir em pesquisa científica e desenvolvimento de novas estratégias de prevenção, diagnóstico e tratamento de intoxicações. A inovação e o avanço do conhecimento científico são essenciais para enfrentar os desafios complexos associados à intoxicação e garantir melhores desfechos para os pacientes e para a sociedade como um todo (FILHO *et al.*, 2024).

Com isso observa-se que o enfermeiro precisa estar preparado para reconhecer as alterações que possam indicar uma piora repentina especialmente em ambiente de emergência, no qual o tempo é um fator crucial tanto na observação quanto na intervenção. A avaliação do enfermeiro identificar os sinais e sintomas, compreender o histórico da exposição e intervir de forma adequada.

3.2 Agentes causadores da intoxicação e manifestações clínicas

A análise das produções científicas, possibilitou-nos ainda identificar os agentes causadores da intoxicação e as principais manifestações clínicas. Como visto nos parágrafos abaixo:

No Brasil, onde as intoxicações exógenas são de notificação compulsória, o Sistema de Informação de Agravos de Notificação (SINAN) registrou 177.766

casos em 2022, sendo 32,6% acometendo crianças e adolescentes de 0 a 19 anos de idade. Nessa faixa etária, os medicamentos constituíram o principal grupo de substâncias químicas envolvidas (63,8%), seguidos pelos domissanitários (7,2%) (HIRATA; MEDEIROS, 2023).

A sonolência foi o sintoma mais notificado, subseguido de agitação e taquicardia. Além dessas ocorrências, dores abdominais, hipotensão, palidez, cefaleia e desorientação também foram identificadas [...] 48,6% dos casos informados não houve informação de sinais e sintomas (SOUSA *et al.*, 2020).

Uma questão importante a ser ressaltada é que os casos notificados são os agudos, com rápido aparecimento de sintomas relacionados, ocasionando omissão de estimativas e ausência de conhecimento sobre as intoxicações crônicas. Além disso, o intervalo entre a ingestão do agente tóxico e a procura de atendimento, além da escolha da abordagem terapêutica inicial influencia na eficácia do tratamento e na evolução das intoxicações (SOARES, 2019).

As substâncias podem ser inaladas, ingeridas ou absorvidas via transdérmica. Durante um processo de intoxicação, diferentes tipos de substâncias podem levar a reações que desenvolvam um processo patológico (BONFIM *et al.*, 2023).

Na emergência pediátrica, um dos principais causadores dos atendimentos são as intoxicações não intencionais. É fundamental o registro clínico completo dessas crianças e adolescentes, no intuito de adotar um tratamento adequado, contudo, os profissionais devem estar conceituados sobre as características das substâncias tóxicas que causam a intoxicação de acordo com a idade e o tempo. O processo de intoxicação precisa ser confirmado através de exames laboratoriais, ensaios clínicos e investigação epidemiológica (BONFIM *et al.*, 2023).

A intoxicação exógena em crianças representa um desafio significativo para as equipes de saúde, exigindo atenção contínua e ações coordenadas. A subnotificação de casos é uma questão relevante, pois seus sintomas aparecem de forma lenta e progressiva. O enfermeiro precisa realizar uma avaliação levando em consideração as múltiplas vias de exposição, devido ao risco de afetar tanto o diagnóstico quanto o tratamento, impactando na homeostase da criança e na resposta clínica.

3.3 Características das crianças intoxicadas

Emergiram na pesquisa, trechos das produções científicas que destacaram o perfil das crianças atendidas na emergência pediátrica, como visto abaixo:

Ademais, demonstra-se oportuno evidenciar que as IE na infância acometem principalmente crianças menores de 5 anos de idade; que formam um grupo

vulnerável a essas ocorrências, devido à curiosidade peculiar encontrada nessa faixa etária e seus sentidos de exploração, o que favorece o contato e a ingestão com agentes tóxicos. (PEREIRA *et al.*, 2024).

As intoxicações representam uma das emergências médicas mais comuns na faixa etária de 0 a 12 anos de idade e constituem um relevante problema na saúde pública. São a quinta maior causa de acidentes na infância principalmente em crianças de 0 a 4 anos, pois esta fase é caracterizada pela curiosidade e descobertas, o desenvolvimento motor e infantil além de compreender um período de maior dependência dos pais (COSTA *et al.*, 2022).

As intoxicações não intencionais, especialmente antes dos seis anos de idade, são frequentes, em virtude da curiosidade natural da criança em explorar o ambiente, pela incapacidade de reconhecer os riscos, mobilidade independente e maior proximidade do chão, frequentemente levando os objetos à boca. O descuido dos pais na administração de medicamentos e a ausência de conhecimento e discernimento de risco também favorecem a ocorrência de eventos toxicológicos em crianças (ROCHA, 2019).

Crianças pequenas naturalmente têm a tendência a explorar o ambiente resultando em uma alta vulnerabilidade a acidentes. Dessa forma é evidente que para reduzir os riscos a intoxicação não intencional em crianças é necessário o envolvimento dos profissionais de saúde, educadores e pais na formação de ambientes mais seguros, o acesso à informação e capacitação dos responsáveis são fundamentais para diminuir esses riscos.

3.4 Locais de maior ocorrência

Os estudos científicos ainda revelaram os locais que mais ocorreram as intoxicações, como visto abaixo.

A residência é o local de maior ocorrência dos casos de intoxicações infantil acidentais, demonstrando que o próprio domicílio é um local de risco para as crianças, principalmente na faixa etária entre 0 a 4 anos. Além disso, outros fatores que contribuem para este agravo é a alta medicalização da sociedade, aumento do uso de produtos de limpeza doméstica ligado a presença desses produtos no domicílio, a falta de supervisão dos adultos com outras atividades e o armazenamento inadequado dos produtos tóxicos. (AGUIAR *et al.*, 2020).

As crianças nesta faixa etária estão mais expostas a intoxicação exógena devido à sua natureza curiosa. Na maior parte dos casos, a intoxicação acontece no local de residência, isso acontece pelo fato de as substâncias não estarem armazenadas de forma correta e segura. Logo, a intoxicação exógena se tornou uma das causas de morbidade infantil no cenário mundial e tem causado uma grande elevação em termos de morbidade e custos hospitalares (BONFIM, 2023).

Corroborando Tavares *et al.* (2013) aponta em seu estudo que a residência foi o local de maior ocorrência das intoxicações (279 - 87%), destacando o próprio domicílio como um local de risco para as crianças, principalmente aquelas da faixa etária entre zero e quatro anos. A população infanto-juvenil ocupa posição de destaque nos atendimentos no serviço de urgência e emergência consequências de intoxicações ocorridas em ambiente domiciliar (COSTA *et al.*, 2022).

É necessário a adoção de estratégias para o armazenamento seguro de medicamentos e produtos de limpeza além da conscientização dos pais acerca dos riscos presentes em ambientes domésticos. A intoxicação exógena tem se tornando um problema de saúde pública global exigindo intervenções mais rigorosas em nível de prevenção como a promoção de programas educativos que alcancem famílias de diferentes perfis e também a implementação de políticas públicas que incentivem a prevenção no ambiente doméstico por meio de campanhas de conscientização.

4. Conclusões

As intoxicações em crianças compreendem a maioria das exposições tóxicas relatadas aos centros de assistência e informação toxicológica. O reconhecimento das principais síndromes tóxicas, combinado com uma história clínica detalhada, exame físico completo e resultados de investigações laboratoriais, é o melhor caminho para a condução eficaz dos casos de crianças com suspeita de intoxicação.

Os resultados da pesquisa nos permitiram concluir que, a equipe de enfermagem que atua no setor de emergência pediátrica, necessita aprofundar os conhecimentos técnico-científicos, conhecendo cada substância intoxicante e suas respectivas manifestações clínicas, para tanto os cuidados imediatos na sala de emergência quanto na prevenção das intoxicações, através de ações de educação.

Ainda foi possível concluir que os acidentes envolvendo as crianças estão se tornando cada vez mais frequentes e que o local que mais ocorre a intoxicação é na própria residência, o que fomenta a necessidade constante de estratégias de campanhas para maiores orientações e acompanhamento, além de intensificar a atuação da enfermagem na orientação e educação em saúde para as famílias.

Recomenda-se ainda que ações estratégicas sejam implementadas de forma a prevenir acidentes toxicológicos em crianças, assim como intensificar a importância da notificação dos casos com qualidade na informação e atendimento médico em tempo oportuno para evitar desfechos graves.

Referências

- AGUIAR, K. V. C. S. *et al.* Intoxicação exógena acidental em crianças no estado da Bahia: 2013 a 2017. **Rev. Eletr. Acervo Saúde**, v. 12, n. 11, 2020. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/3422>.
- BONFIM, R. V. S. *et al.* Intoxicação exógena por alimentos em crianças: aspectos toxicodinâmicos e toxicocinéticos. **Rev. Eletr. Acervo Cient.**, v. 43, 2023. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/cientifico/article/view/11241>
- COSTA, A. B. O. *et al.* Principais causas de intoxicação em crianças: uma revisão integrativa. **E-Acadêmica**, v. 3, n. 1, 2022. Disponível em: <https://eacademica.org/eacademica/article/view/109>.
- DUARTE, F. *et al.* Óbitos e internações decorrentes de intoxicações por medicamentos com prescrição e isentos de prescrição, no Brasil. **Rev. Saúde pública**, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsp/a/wVW8WnNdVWVfZ4Ww6dfsWBL/?lang=pt&format=pdf>.
- FILHO, C. A. DA C. S. *et al.* Abordagem clínica da intoxicação: diagnóstico diferencial, manejo terapêutico e medidas preventivas. **Braz. J. of Impl. Hea. Sci.**, v. 6, n. 4, p.1142–1161, 2024. Disponível em: <https://bjhs.emnuvens.com.br/bjhs/article/view/1921>.
- HIRATA, A. M. ; MEDEIROS, C. R. **Intoxicações agudas na infância e adolescência.** Sociedade De Pediatria De São Paulo. Departamento de Segurança da Criança e do Adolescente da SPSP, dez. 2023. Disponível em: <https://www.spsp.org.br/documento-cientifico-intoxicacoes-agudas-na-infancia-e-adolescencia/>
- PEREIRA, I. N. *et al.* de. Urgências e emergências clínicas: cuidados de enfermagem à vítima de intoxicação exógena, envenenamento e acidentes com animais peçonhentos. **CONTR. A LAS CIENC. SOC.**, v. 17, n. 8, 2024. Disponível em: <https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/9741>.
- ROCHA, E. J. DA S. *et al.* Análise do perfil e da tendência dos eventos toxicológicos ocorridos em crianças atendidas por um Hospital Universitário. **Cad. saúde coletiva**, v. 27, n. 1, p. 53–59, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadsc/a/7hnr5CmMSR7XczMRNHFqzfv/?lang=pt>.
- SOARES, M. V. Intoxicações por Alimentos no Brasil Registradas pelo SINITOX Entre 1999 e 2017. **UNICIÊNCIAS**, v. 23, n. 1, p.52–56, 2019. Disponível em: <https://uniciencias.pgsscogna.com.br/uniciencias/article/view/5922>
- SOUSA, E. S. F. *et al.* Análise das intoxicações por medicamentos no Piauí entre os anos de 2007 a 2017. **Rev. Elet. Acervo Saúde**, n. 51, p. e745, 2020. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/745>
- TEIXEIRA, J. P. *et al.* Trabalho da equipe de enfermagem no serviço de urgência e emergência pediátrica: revisão integrativa. **Rev Enferm Atenção Saúde**, v. 12, n. 2, 2023. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/porta1/resource/pt/biblio-1444772>.

ENGENHARIA CIVIL

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E DESIGN GENERATIVO EM PROJETOS BIM: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

Rodrigo Avila Drumond, Sérgio Luiz Taranto de Reis, José Marcos Rodrigues Filho
UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ

sergio.reis@foa.org.br

Resumo: A tecnologia *Building Information Modeling* (BIM) se tornou uma necessidade para a indústria Arquitetura Engenharia e Construção (AEC), no entanto tem se tornando cada vez mais complicado acompanhá-las por causa dos avanços exponenciais das novas tecnologias digitais. Assim, há a necessidade da identificação das pesquisas realizadas sobre a tecnologia BIM e sua catalogação. Através de uma Revisão Sistemática de Literatura este trabalho analisa a situação atual do BIM em relação as tecnologias de Design Generativo (GD) e Inteligência Artificial Generativa (GenAI) identificando o que já foi feito. Este trabalho seguiu a metodologia PRISMA e buscou artigos nos bancos de dados Science Direct, Periódicos CAPES e Google Scholar. Foram analisados 15 artigos mostrando publicação por ano e feita análise descritiva. O estudo revela que as publicações têm aumentado ao longo do tempo e é esperado maior crescimento em número de publicações devido aos incentivos nacionais e internacionais. E dentre as tecnologias de Inteligência Artificial (IA) identificou-se que a GenAI está sendo aplicada no setor de manutenção e transmissão de dados enquanto GD está presente no desenvolvimento e do estudo de viabilidade de projetos.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; BIM; IA Generativa; Construção; Engenharia Civil

INTRODUÇÃO

Em 2018 foi publicado a “Estratégia BIM Brasil” na qual foi anunciado um plano de três etapas relevantes a disseminação da metodologia BIM pelo território nacional. Seguindo esse plano o Governo Nacional publicou o Decreto 10.306/2020 que estabelece a utilização do BIM na construção de obras e serviços de engenharia realizada pelos órgãos públicos e o Decreto 11.888/2024 que tem o objetivo de melhorar a sua difusão e o ambiente para investimento em BIM no País.

Com esse incentivo BIM tem ganhado cada vez mais importância no setor de Arquitetura Engenharia e Construção (AEC) nacional com engenheiros se capacitando e mais empresas aderindo essa tecnologia (Morais, 2022). Além disso, avanços em tecnologias de Inteligência Artificial (IA), como Design Generativo (GD) e IA Generativa (GenAI), tem afetado e mudado a realidade da indústria em que está inserido trazendo benefícios como, por exemplo, qualidade, tempo de execução, segurança do operário e segurança de investimento (Rane et al. 2023).

O GD está na vanguarda de abordagens inovadoras para arquitetura e engenharia, utilizando algoritmos para explorar as variáveis de um projeto indo além do que é possível com o processo de design tradicional (McKnight, 2017). Já a IA generativa refere-se a técnicas computacionais que são capazes de gerar conteúdos aparentemente novos, como texto, imagens ou áudio de dados de treinamento e tem como exemplo, Dall-E 2, GPT-4 e Copilot (Feuerriegel et al. 2024).

Por estar mudando o cenário de setor de AEC nacional, vê-se a necessidade da identificação das pesquisas realizadas sobre a integração da tecnologia BIM com os avanços em IA, em específico GD e GenAI. Esta monografia tem o objetivo de realizar uma Revisão Sistemática (SR) da Literatura que aborda o tema Inteligência Artificial Generativa e Design Generativo em projetos BIM pois a busca por entendimento na área é trabalhosa, em especial para aqueles com pouco entendimento em áreas de computação.

METODOLOGIA

Foi feita uma Revisão Sistemática (SR) de Literatura seguindo a recomendação Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) (Page et al., 2021) com a seguinte pergunta de pesquisa: “Quais os avanços observados na tecnologia BIM em relação a implementação de tecnologias de IA, com foco em GenAI e GD?”.

A pesquisa foi feita pelas plataformas de periódicos ScienceDirect, Periodicos CAPES e GoogleScholar. As buscas foram realizadas para o idioma inglês, no período de 2015 a 2024 e utilizou-se apenas artigos de periódicos. As palavras-chave foram: BIM, Building Information Modeling, Artificial Intelligence, generative AI, generative design. Após as buscas, os artigos recuperados foram exportados para o software Mendeley, software de gerenciamento de referências.

A seleção dos artigos encontrados foi feita na seguinte ordem: (i) leitura dos títulos; (ii) leitura dos resumos; (iii) foram selecionados artigos na área de AEC relevantes a pergunta de pesquisa. Após a seleção dos artigos, foi realizada análise e síntese dos trabalhos filtrados.

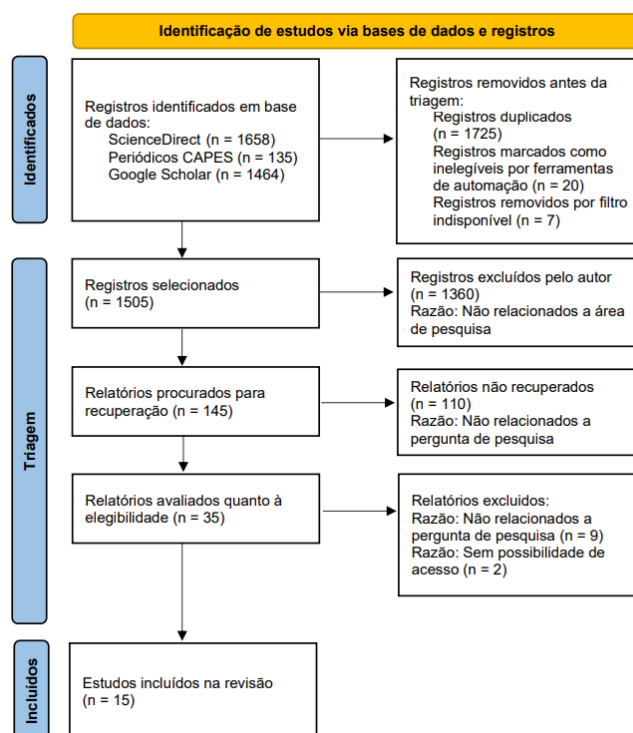
RESULTADOS E DISCUSSÃO

A coleta de dados seguiu a metodologia PRISMA 2020, que destaca as etapas cruciais para relatar o processo da coleta de dados em uma SR alinhados com a pergunta de

pesquisa estabelecida. A identificação da bibliografia foi dividida em três etapas como mostrado na figura 1, identificados, triagem e incluídos.

Foram incluídos 15 artigos para esta revisão bibliográfica que foram analisados quanto ao período de publicação e por nove tópicos de interesse que foram divididos por tipo de IA utilizado.

Figura 1 – Diagrama de Fluxo PRISMA

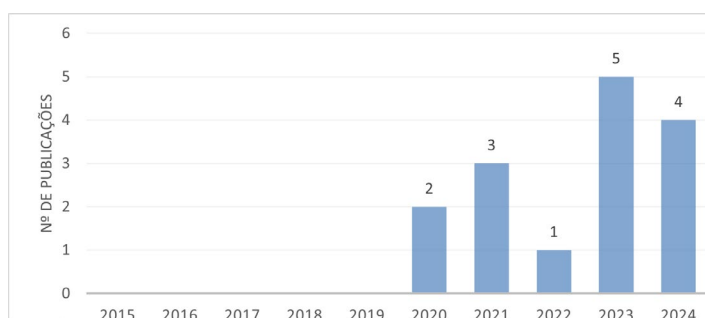


Fonte: Page et al. (2021) -Modificado

a) Análise por ano

Os 15 documentos que integram a revisão bibliográfica compreendem um período de 5 anos desde a publicação mais antiga selecionada as mais recentes, como mostra a figura 2. O crescimento no número de publicações é visível, especialmente nos últimos dois anos, possivelmente, devido a melhor acessibilidade a essas tecnologias, as pesquisas deste artigo se deram antes da finalização do ano de 2024.

Figura 2 – Distribuição do número de publicações por ano

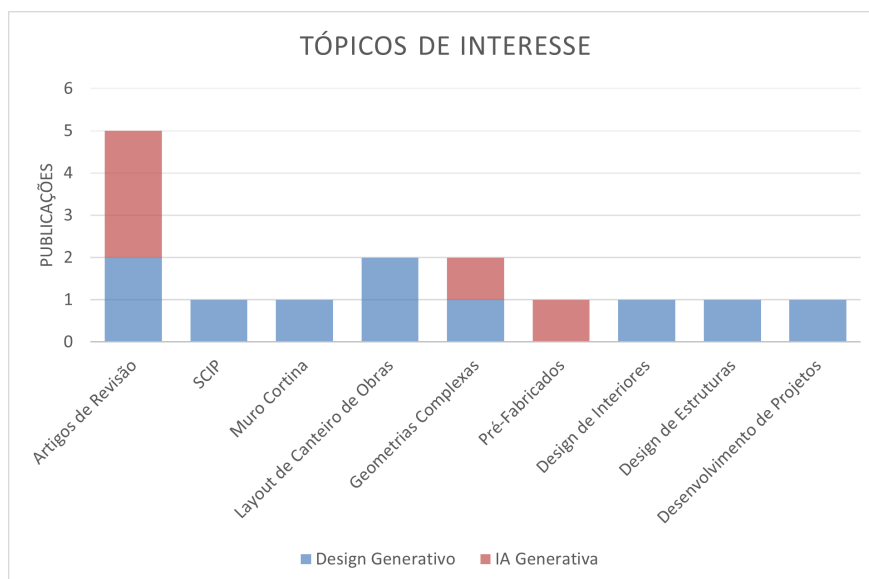


Fonte: Autores (2024)

b) Análise por Tópico de Interesse

Os artigos analisados utilizam de GenAI e GD em conjunto com BIM para abordar tópicos de interesse na indústria AEC. A distribuição dos tópicos foi feita da seguinte forma (figura 3).

Figura 3 – Distribuição por tópicos de interesse



Fonte: Autor (2024)

As tecnologias de Inteligência Artificial tem ganhado cada vez mais espaço na indústria AEC (SACKEY et al., 2015) por automatizar e transformar trabalhos exaustivos de planejamento em tarefas mais simples (Rane et al. 2023). Nota-se que a maioria das áreas analisadas apresentam capacidade de implementação imediata, no entanto possuem complicações de implementação em grande escala pois necessitam que o operador seja proficiente em programação (Yönder, 2020).

Além disso, governos e várias instituições internacionais têm investido em pesquisas em BIM com diversos estudos de casos sendo apresentados em workshops, conferências e publicações em diversas partes do mundo (Andrade; Ruschel, 2009). Assim vê-se o incentivo no desenvolvimento de pesquisas em BIM e tecnologias de IA, uma vez que o mercado tem demonstrado mobilização na implementação desses recursos em suas operações.

Por fim, observa-se que GenAI é mais atuante na área de manutenção e transmissão de dados enquanto GD está na vanguarda do desenvolvimento e do estudo de viabilidade de projetos.

CONCLUSÕES

Fica visível que o BIM está crescendo no mercado com engenheiros e arquitetos se qualificando a essa tecnologia e instituições aderindo a ela. Observa-se, também, como os avanços nas tecnologias de IA estar afetando o mundo e as indústrias trazendo benefícios em qualidade, tempo, custo, segurança entre outros fomentando a capacidade dos profissionais de gerar soluções diante das necessidades de cada setor.

Assim, diante das diversas demandas e desafios no desenvolvimento de projetos, BIM está tomando a frente na criação de soluções e otimização de tempo e custos e que a IA tem a capacidade de amplificar as qualidades desse sistema desenvolvendo soluções mais assertivas em menor tempo e com menor custo.

Conclui-se que a adição de IA a BIM possui um valor imensurável para o avanço em AEC, com BIM conquistando seu espaço de forma gradativa as tecnologias de IA observadas sendo, possivelmente, as tecnologias que transformarão a maneira de ver e atuar no mercado de AEC.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M.; RUSCHEL, R. BIM: conceitos, cenário das pesquisas publicadas no Brasil e tendências. **Simpósio Brasileiro de Qualidade do Projeto no Ambiente Construído**, nov. 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Regina-Ruschel/publication/269149277_BIM_Conceitos_Cenario_das_Pesquisas_Publicadas_no_Brasil_e_Tendencias/links/560e88ed08ae0fc513ed43df/BIM-Conceitos-Cenario-das-Pesquisas-Publicadas-no-Brasil-e-Tendencias.pdf. Acesso em: 13 out. 2024.

BORRMANN, A., König, M., Koch, C., Beetz, J. Building Information Modeling: Why?

What? How?. In: Borrmann, A., König, M., Koch, C., Beetz, J. (eds) Building Information Modeling. Springer, 2018. Cham. DOI 10.1007/978-3-319-92862-3_1. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-319-92862-3_1. Acesso em: 21 abr. 2024.

FEUERRIEGEL, Stefan et al. Generative ai. Business & Information Systems Engineering, v. 66, n. 1, p. 111-126, 2024. DOI 10.1007/s12599-023-00834-7. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12599-023-00834-7>. Acesso em: 21 abr. 2024.

McKnight, M. (2017). Generative Design: What it is? How is it being used? Why it's a game changer. KnE Engineering, 2(1), 176-181. DOI 10.18502/keg.v2i2.612. Disponível em: <https://doi.org/10.18502/keg.v2i2.612>. Acesso em: 18 jul. 2024.

MORAIS, A. H. B.; RODRIGUES, E. A. O.; ROSA, D. de J. Q. Implementação do BIM no Brasil. PARAMÉTRICA, [S. l.], v. 14, n. 2, 2022. Disponível em: <https://www.periodicos.famig.edu.br/index.php/parametrica/article/view/303>. Acesso em: 12 out. 2024.

RANE, Nitin et al. Integrating Building Information Modelling (BIM) with ChatGPT, Bard, and similar generative artificial intelligence in the architecture, engineering, and construction industry: applications, a novel framework, challenges, and future scope. 2023. DOI 10.2139/ssrn.4645601. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4645601>. Acesso em: 21 abr. 2024.

PAJE, J M et al. The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. BMJ 2021;372:n71. DOI 10.1136/bmj.n71. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1136/bmj.n71>. Acesso em: 21 abr. 2024.

SACKEY, E.; TUULI, M.; DAINY, A. Sociotechnical Systems Approach to BIM Implementation in a Multidisciplinary Construction Context. **Journal of Management in Engineering**, v. 31, n. 1, jan. 2015. DOI 10.1061/(ASCE)ME.1943-5479.0000303. Disponível em: [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)ME.1943-5479.0000303](https://doi.org/10.1061/(ASCE)ME.1943-5479.0000303). Acesso em: 13 out. 2024.

YÖNDER, V. M. A Case Study on Generative Building Skin Forming by Employing Building Information Modelling (BIM) Tools. **Iconarp International J. of Architecture and Planning**, v. 8, n. Special Issue, p. 01-17, 28 dez. 2020. DOI 10.15320/ICONARP.2020.140. Disponível em: <https://doi.org/10.15320/ICONARP.2020.140>. Acesso em: 02 set. 2024.

TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA – A ACESSIBILIDADE INCLUSIVA POR MEIO DO CONTROLE DO NÍVEL DE SOM EM LOCAIS PÚBLICOS

Mariane Roberto de Freitas, José Marcos Rodrigues Filho
UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ
jose.rodrigues@foa.org.br

Resumo: A inclusão por meio da acessibilidade para pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA), é um tema que necessita de maior compreensão da sociedade, visto que, muitas pessoas com tal transtorno acabam sendo colocadas à margem do meio social, não possuindo amparo necessário dos diversos atores e segmentos da sociedade. Diante disso, este projeto buscou desenvolver estratégias, reflexões e proposições que ampliem a promoção da inclusão e acessibilidade de indivíduos com TEA. Deste modo, ao final, oferta-se aos leitores informações que promovam o aumento do nível cognitivo sobre as necessidades das pessoas com TEA; a implementação de medidas de acessibilidade em ambientes públicos, melhoria da qualidade de vida e conseqüentemente a inclusão social das pessoas com Transtorno do Espectro Autista. Para isso, foram realizadas observações do cenário urbano e revisões bibliográficas que apresentem os métodos construtivos, projetos e especificações que promovam o controle do nível de som, para serem usados em locais públicos.

Palavras-chave: Autismo; Acessibilidade; TEA; Inclusão; Construção; Materiais.

INTRODUÇÃO

A inclusão social constitui um direito básico que busca assegurar a participação integral de todas as pessoas, sem levar em conta suas particularidades ou circunstâncias. Nesse cenário, a acessibilidade se destaca como um recurso fundamental para incentivar a igualdade de oportunidades, principalmente para indivíduos com Transtorno do Espectro Autista (TEA). Segundo a OMS, Organização Mundial da Saúde, (2007) o Transtorno do Espectro Autista se refere a uma série de condições caracterizadas por algum grau de comprometimento no comportamento social, na comunicação e na linguagem, e por uma gama estreita de interesses e atividades que são únicas para o indivíduo e realizadas de forma repetitiva.

Ambientes com ruídos de fundo constantes, como o barulho de ventiladores, ar-condicionado ou tráfego, podem causar sobrecarga sensorial, dificultando a concentração e o foco. A sobreposição de sons, como conversas simultâneas em uma sala cheia, pode criar um ambiente confuso, sobrecarregando o processamento auditivo. Sons de baixa frequência, como o vibrar de motores ou máquinas pesadas, podem ser percebidos como desconfortáveis e causar estresse físico e psicológico.

Estímulos acústicos de baixa qualidade, como sons distorcidos de equipamentos ruins, também são difíceis de suportar e afetam a compreensão (BRITES; BRITES, 2019).

Entre os mais variados tipos de hipersensibilidade presentes nos indivíduos com TEA, a auditiva é a mais frequente e a mais mencionada. A percepção dos sons é intensificada, muitas vezes de forma avassaladora, ruídos que normalmente são considerados leves, como o zumbido de uma lâmpada fluorescente, o ruído de um ventilador ou até mesmo os passos em um corredor, podem ser interpretados por essas pessoas como extremamente altos e perturbadores. Essa amplificação na percepção sonora pode provocar diversas reações emocionais e comportamentais indesejadas.

Passeri (2017), propõe a instalação de materiais acústicos, como painéis e revestimentos que absorvem o som, reduzindo a reverberação e a reflexão dos ruídos, como uma forma eficaz de abordagem. Esses materiais, aplicados em paredes e tetos, ajudam a criar um ambiente mais silencioso e menos estressante. Revestimentos de piso, como carpetes e tapetes, também desempenham um papel importante, pois absorvem sons de passos e objetos que caem, diminuindo o impacto acústico. Os materiais podem ser classificados em: absorventes, difusores, refletores ou isolantes (Quadro 1).

Quadro 1 - Poluição Sonora – Conforto Acústico

CONFORTO ACÚSTICO		
TIPOS	AÇÃO	EXEMPLOS
ISOLANTES	Impedem a passagem do ruído de um ambiente para outro.	Tijolo maciço, pedra lisa, gesso, madeira e vidro com espessura mínima de 6mm. Um colchão de ar é uma solução isolante, com paredes duplas e um espaço vazio entre elas.
REFLETORES	Podem sem isolantes, e aumentam a reverberação interna do som.	Azulejo, cerâmica, massa corrida, madeira, papel de parede.
ABSORVENTES	Não deixam o som passar de um ambiente para o outro e evitam eco.	Materiais porosos com lã ou fibra de vidro revestidos, manta de poliuretano, forração com cortiça, carpete grossos e cortinas pesadas.
DIFUSORES	Refletem o som de forma difusa, sem ressonâncias.	Pedras ou lambris de madeira.
Obs.: É possível combinar diferentes recursos, baseados nas necessidades de isolamento acústico. Em salas próximas, com diferentes estímulos sonoros, é possível utilizar mais de um tipo de materiais.		

Fonte: PARADA, MIKAELA (2014) – Adaptado pela Autora

A NBR 15.575/23 estabelece o nível mínimo de 45 dB de isolamento acústico em paredes interiores que separam dormitórios, esse tratamento pode ser feito de várias formas, por exemplo com paredes feitas com o sistema drywall tem seu desempenho acústico tão bom quanto a alvenaria.

Materiais como a lã de rocha, vidro ou PET, podem ser utilizadas entre paredes, sejam elas de alvenaria ou drywall. A lã de vidro é composta por fibras que dissipam as ondas sonoras, assim como a lã de PET, porém esta é sustentável, executada a partir de garrafas recicladas. Outro método utilizado para o controle acústico em paredes são os papéis, adesivos de parede e tapeçarias, se este for grosso e obtiver uma boa textura, pode ajudar a diminuir o barulho.

METODOLOGIA

Para a consecução do presente trabalho foram realizadas pesquisas em sítios eletrônicos especializados e publicações oficiais, visando a coleta de dados sobre as experiências e principalmente, das necessidades, do segmento abordado, pessoas portadoras do TEA, em diferentes ambientes. Este tipo de pesquisa qualitativa exploratória teve como foco, o tratamento dos dados levantados sobre as motivações, indiferenças ou dificuldades de indivíduos com Transtorno do Espectro Autista. Para isso, neste trabalho buscou-se compreender, interpretar e auxiliar determinados comportamentos e situações que estão presentes no cotidiano dos mesmos.

A inclusão por meio da acessibilidade se dará, a partir da utilização de planejamento específico desde os projetos construtivos, suas especificações, para criar um ambiente inclusivo efetivo. Com a expertise dos especialistas pesquisados pode-se assegurar que as necessidades sensoriais dos indivíduos sejam satisfeitas adequadamente, valendo-se ainda dos sete princípios do Desenho Universal - *Design Universal* - benéficos aos autistas, especificando num layout hipotético de espaços, com materiais que minimizem o nível de ruídos, oferecendo áreas mais silenciosas, benéficas ao segmento do público estudado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A inclusão social é muito mais do que somente a inserção do indivíduo no meio estudantil ou social. Precisa abranger, todas as faixas etárias, sem colocar em risco o seu legítimo direito de conviver em sociedade. Diante disto, este trabalho vislumbra para apresentar iniciativas e medidas pautadas em três pilares e que podem ser adotadas para auxiliar na convivência em sociedade dos autistas

O primeiro pilar é auxiliar na redução do estresse e da ansiedade, através da construção, adequação ou transformação de ambientes com controle de ruído. O segundo pilar, é a melhoria dos ambientes para que propiciem maior concentração e conseqüentemente maior aprendizado, pois os espaços silenciosos e com menos poluições visuais e auditivas favorecem a concentração e o foco, especialmente em ambientes educacionais. Por derradeiro, o terceiro pilar, discorre sobre o aumento da autonomia e independência, que através do controle da acessibilidade sonora nas construções permite que indivíduos com TEA se sintam mais confortáveis e seguros, incentivando a autonomia, através da existência de áreas silenciosas em locais

públicos e de trabalho facilitando a participação ativa e independente dessas pessoas em suas atividades cotidianas.

Estratégias adotadas pelos Engenheiros Civis para criar ambientes mais inclusivos para pessoas com TEA incluem o planejamento cuidadoso do *design* acústico dos espaços. Isso envolve a integração de técnicas de tratamento acústico, como a instalação de painéis e revestimentos em locais estratégicos para maximizar a absorção do som. Os Engenheiros devem considerar o *layout* dos ambientes para minimizar a sobreposição de fontes de ruído, posicionando áreas de trabalho e aprendizagem longe de fontes de ruído intenso e criando zonas silenciosas para momentos de descanso.

Além do mais, Engenheiros Civis devem assegurar que os materiais e as tecnologias selecionadas sejam a mais adequada visando suprir a cada particularidade e necessidade dos cidadãos com Transtorno do Espectro Autista

CONCLUSÕES

O processo inclusivo do convívio nos ambientes do cotidiano de pessoas com Transtorno do Espectro Autista através da redução dos estímulos sonoros em tais ambientes mostrou-se essencial na promoção de um ambiente tecnicamente dimensionado, tornando-o acolhedor, seja com a adoção de estratégias como isolamentos acústicos apropriados; especificação de materiais que absorvam sons e, um detalhamento do projeto com tal finalidade, alcançam um impacto significativo na qualidade de vida de indivíduos autistas. Essas ações não só favorecem a inclusão e o bem-estar dessas pessoas, como também refletem um verdadeiro compromisso com a diversidade e a inclusão. Ao atenuar os estímulos sonoros, o Engenheiro consegue oferecer espaços mais confortáveis e acessíveis a todos, contribuindo assim para uma sociedade mais empática e inclusiva.

A adequação do ambiente para torná-lo acústico e assim atender as necessidades dos indivíduos com TEA é crucial para promover o bem-estar e a inclusão. Com a adoção de estratégias apropriadas, é possível minimizar a sobrecarga sensorial, melhorando a concentração e desempenho, além de contribuir a participação dos mesmos em várias atividades que são executadas no dia a dia. Ao levar todas essas questões em consideração é possível desenvolver espaços que promovam a inclusão e melhorem a qualidade de vida dos cidadãos com TEA

Para abordar esses desafios, é importante implementar métodos construtivos eficazes que promovam uma acústica adaptada às necessidades sensoriais dessas pessoas, como tratamento acústico de pisos, forros e paredes em consonância com o uso de materiais acústicos eficazes para cada tipo de ambiente. Além disso, o isolamento acústico através da aplicação de materiais como lã de rocha e espuma acústica nas paredes e tetos é fundamental para bloquear a transmissão de som entre ambientes, quando construídos com a tecnologia *Drywall*.

Os Engenheiros Civis desempenham um papel essencial na promoção de uma acústica eficaz ao planejar e implementar soluções que considerem tanto as necessidades acústicas quanto a funcionalidade dos espaços. Isso inclui o design de ambientes que minimizem a sobreposição de fontes de ruído, a criação de zonas silenciosas e a escolha de equipamentos e tecnologias que produzam menos ruído. As estratégias de implementação devem ser sustentáveis e adaptadas às especificidades de cada ambiente, garantindo a eficácia das soluções acústicas adotadas.

Portanto, conclui-se que o presente trabalho introduz a necessidade holística nas construções, de planejar, dimensionar e executar sistemas edilícios que atenuem a emissão sonora, trazendo benefícios aos portadores de TEA, conforme explicitado ao longo deste Trabalho.

Pela dimensão do problema, a Autora recomenda continuidade em Trabalhos futuros, que possibilitem criar parâmetros de níveis admissíveis a ambientes urbanos e da absorção pelos materiais.

REFERÊNCIAS

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *World report on disability*. Genebra: OMS, 2011. Disponível em: <https://www.who.int>. Acesso em: 15 abril 2024.

BRITES, L.; BRITES, C. *Mentes únicas*. SÃO PAULO: GENTE. Acesso em: 20 abril 2024.

PASSERI, Juliana. Absorção sonora x isolamento acústico: entenda as diferenças. *AECweb*. Disponível em: <https://www.aecweb.com.br/revista/materias/absorcao-sonora-x-isolamento-acustico-entenda-as-diferencas/15424>. Acesso em: 15 abril 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. NBR 15575: Desempenho de edificações habitacionais. Parte 23: Desempenho acústico. Rio de Janeiro, 2023. Acesso em: 20 abril 2024.

Braz. J. Psychiatry. Autismo e Síndrome de Asperger: uma visão geral, v.20, n.1, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1516-44462006000500002>. Acesso em: 15 abril 2024.

BRITTO, T.C.P; PIZZOLATO, E.B. Uma proposta de uma guia de recomendações de acessibilidade de interfaces Web com foco em aspectos do Autismo. Revista Brasileira de Informática na Educação, v.6, n.2, p.2-4, 2018. DOI: <https://doi.org/10.5753/rbie.2018.26.02.102>. Acesso em: 20 abril 2024.

ENGENHARIA ELÉTRICA

APLICAÇÃO DE DRONE PARA MAPEAMENTO DETALHADO E ADEQUAÇÃO DO SPDA EM UNIDADE HOSPITALAR

DRONE APPLICATION FOR DETAILED MAPPING AND ADAPTATION OF THE SPDA IN A HOSPITAL UNIT

CARNEIRO, A. R. ¹; PONTES, D. S. ¹; SERPA, L. P. ¹; DA SILVA, C. M. F. ¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

augusto.carneiro77@gmail.com

danielspontes7@outlook.com

serpa160@hotmail.com

Resumo: o ser humano é incapaz de prever descargas atmosféricas, esses raios podem causar risco a estruturas, bens materiais e principalmente pessoas. Assim faz-se necessário a adoção de medidas de proteção a fim de garantir a segurança adequada, ainda mais quando se trata de um hospital. Com o foco em trazer uma inovação no quesito levantamento/mapeamento, o objetivo deste trabalho de conclusão de curso estudo é unir a utilização do drone como ferramenta inovadora para o mapeamento e a necessidade da adequação do SPDA de uma unidade hospitalar. Através do estudo do funcionamento do drone e da norma vigente a NBR5419/2015 foi possível primeiramente a tomada das imagens no levantamento, que posteriormente gerou um arquivo de imagem de alta resolução, permitindo assim uma criação da planta base via software AutoCAD. A partir desse ponto foi desenvolvido um projeto de SPDA para a unidade hospitalar seguindo as diretrizes da norma e demonstrando com um comparativo como o sistema atual está defasado e inadequado. Chegando à conclusão de o quão benéfico é o uso dos drones, no quesito eficiência e redução de riscos no levantamento, além de reforçar a importância de se ter um SPDA que siga rigorosamente os dizeres da norma.

Palavras-chave: Drone; SPDA; atmosféricas; proteção; captores

Abstract: Human beings cannot predict atmospheric discharges, and these lightning strikes can threaten structures, material goods, and people. Therefore, it is necessary to adopt protective measures to ensure adequate safety, particularly when it comes to a hospital. Focusing on bringing innovation in the area of surveying/mapping, the objective of this course completion project is to combine the use of drones as an innovative tool for mapping with the need for the adequacy of the Lightning Protection System (LPS) of a hospital unit. Through the study of drone operation and the current standard NBR5419/2015, it was possible to initially capture images during the survey, which subsequently generated a high-resolution image file, allowing for creating a base plan via AutoCAD software. From this point, an LPS project was developed for the hospital unit following the standards guidelines and demonstrated by comparing how the current system is outdated and inadequate. The conclusion reached highlights how beneficial the use of drones is in terms of efficiency and risk reduction during surveys while also reinforcing the importance of having an LPS that strictly adheres to the stipulations of the standard.

Keywords: Drone; SPDA; atmospheric; sizing; protection; captors

1. Introdução

As descargas atmosféricas também conhecidos por raios são fenômenos naturais que causam uma onda transitória de alta tensão. Os raios são um fenômeno natural que o ser humano é incapaz de prever, portanto, é impossível evitar que ele atinja uma superfície ou edifício, de acordo com ELAT/INPE (2017), no Brasil caem 77,8 milhões de raios por ano, isso se deve à sua grande extensão territorial e localização. Para os reduzir são utilizados métodos de captação de raios, a fim de conduzi-los diretamente ao solo, reduzindo seus efeitos devastadores.

Para reduzir os possíveis danos causados por essas descargas atmosféricas é necessário a aplicação de um sistema de proteção que reduza essas consequências. O Sistema de Proteção Contra Descargas Atmosféricas - SPDA protege as instalações elétricas, os indivíduos e as estruturas. Também reduz os danos causados pelas interrupções de energia e manutenção corretiva não programada.

Como demonstrado na Figura 1 o local onde será realizado o levantamento é de uma área extensa, o que dificulta o processo de levantamento de dados, por isso como uma forma de inovar, este trabalho de conclusão de curso traz como seu ponto principal a utilização do drone como ferramenta auxiliadora, visando um ganho significativo no tempo gasto para realizar este levantamento e uma diminuição dos riscos para os trabalhadores.



Figura 1: Visão Geral das Instalações do Hospital.
Fonte. Autores, 2024

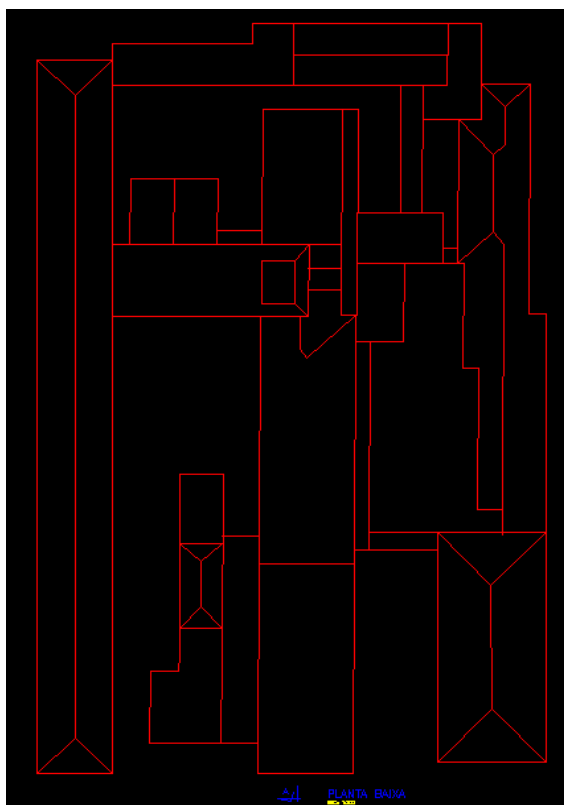
2. Metodologia

Primeiramente será realizada uma revisão abrangente das normas técnicas (NBR-5419/2015) e um estudo sobre o funcionamento do drone e dos softwares que serão utilizados, após isso, será realizado o levantamento da unidade hospitalar situada na cidade de Volta Redonda, com o auxílio do software DroneDeploy será traçada uma rota de voo para drone, sendo ele assim, capaz de mapear completamente a unidade hospitalar.

Com o mapeamento completamente realizado, as imagens obtidas passarão por um processamento, que será feito no software Agisoft Metashape, essa etapa do desenvolvimento tem como finalidade fundir as imagens obtidas pelo drone, gerando assim um arquivo digital de alta resolução.

Com o arquivo de alta resolução gerado o trabalho passa para a próxima etapa, que é a criação da planta base, feita no software AutoCAD, que pode ser observada na Figura 2.

Figura 2 - Planta Base



Fonte. Autores (2024)

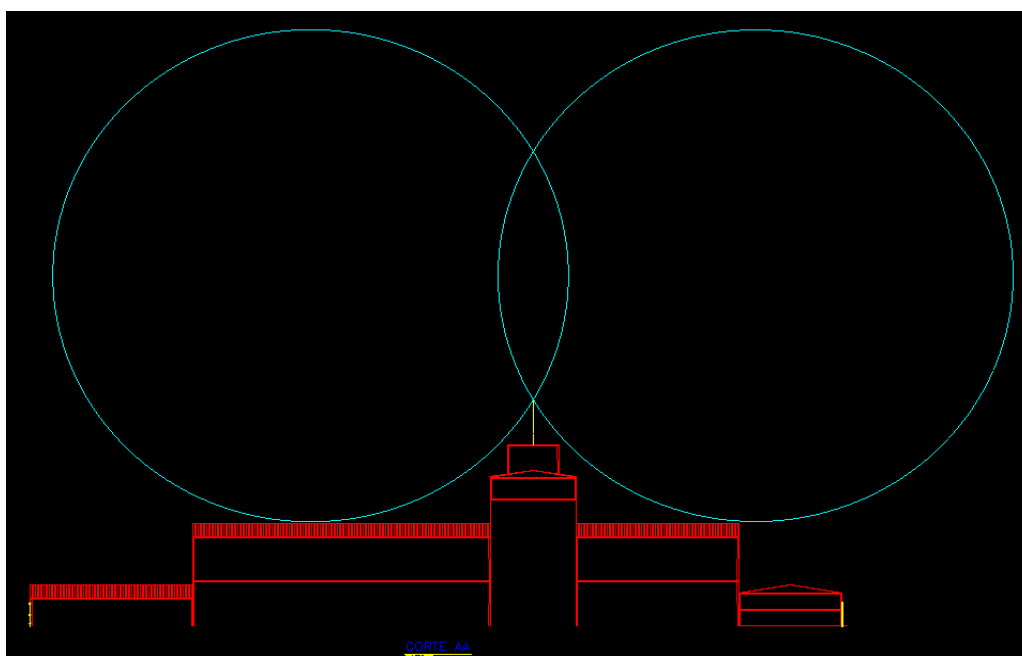
Antes de entrar no desenvolvimento do projeto, seguindo os dizeres da NBR-5419/2015, é necessário a realização de uma análise de risco, essa que tem como objetivo, identificar se o Risco calculado é superior ao Risco Tolerável (Rt),

necessitando alterações no projeto existente. E por fim a última etapa é o desenvolvimento do projeto, com o SPDA totalmente adequado, onde também será possível de se observar melhor o quanto o sistema atual estava defasado e inadequado.

3. Resultados e Discussões

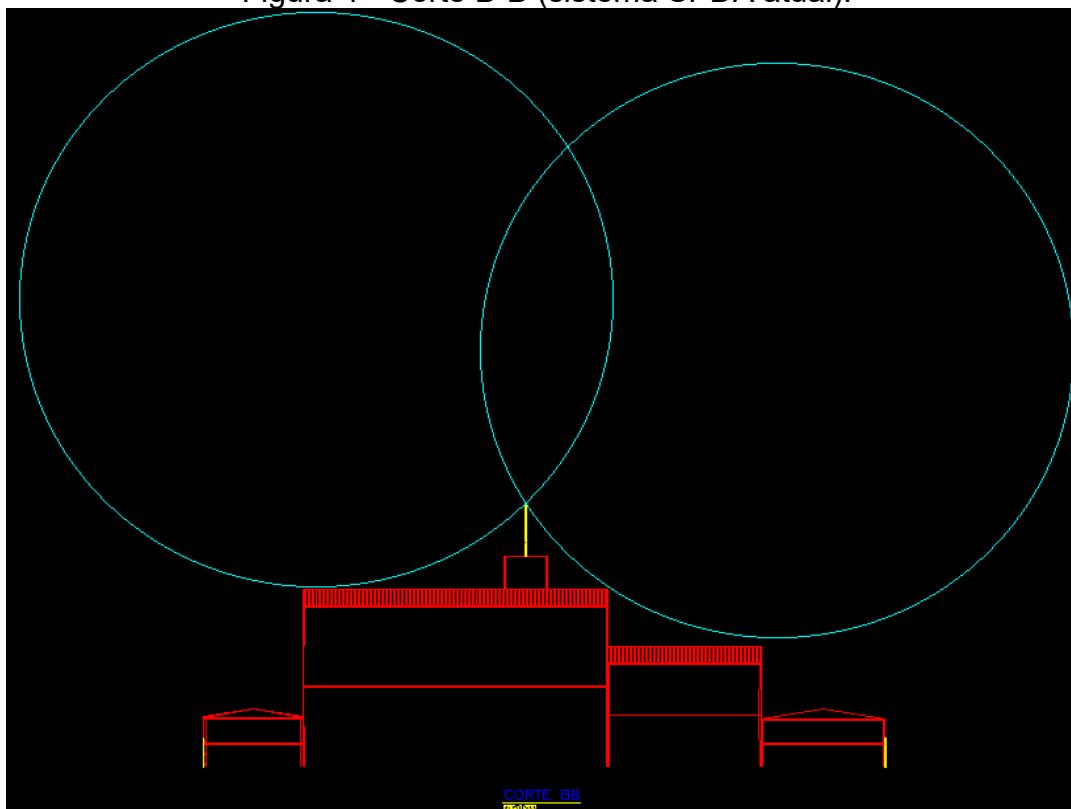
Fazendo uma análise de risco no sistema de proteção contra descargas atmosféricas do hospital, percebe-se que está desatualizado em questão de critérios sobre a NBR-5419/2015, para este projeto em questão foi escolhido o método Eletrogeométrico (esfera rolante), e ao aplicar as esferas é possível ver como nas imagens a seguir, a ineficiência do sistema atual.

Figura 3 - Corte A-A (sistema SPDA atual).



Fonte. Autores, 2024

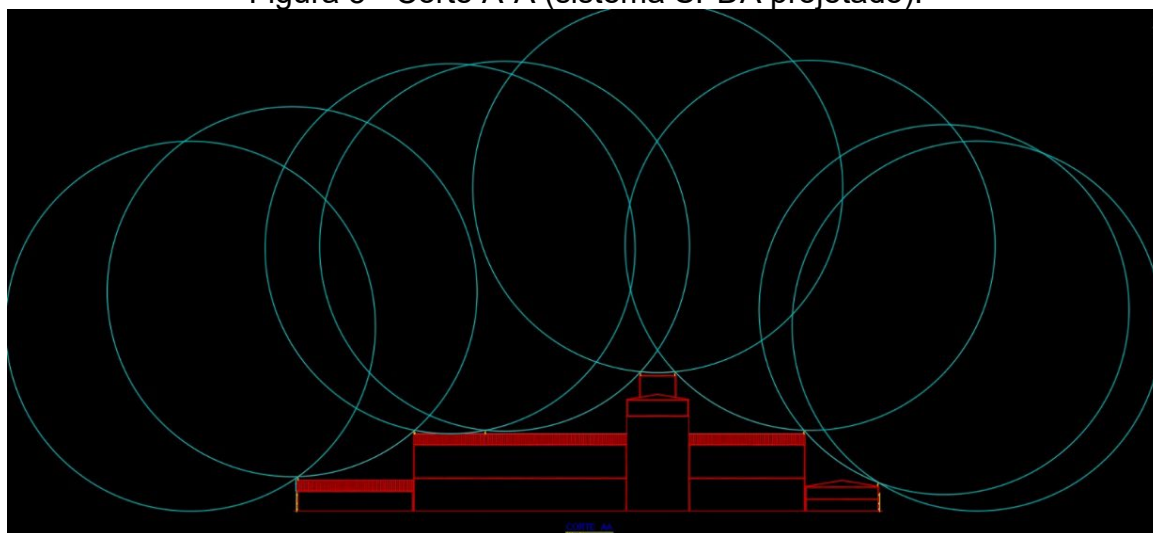
Figura 4 - Corte B-B (sistema SPDA atual).



Fonte. Autores, 2024

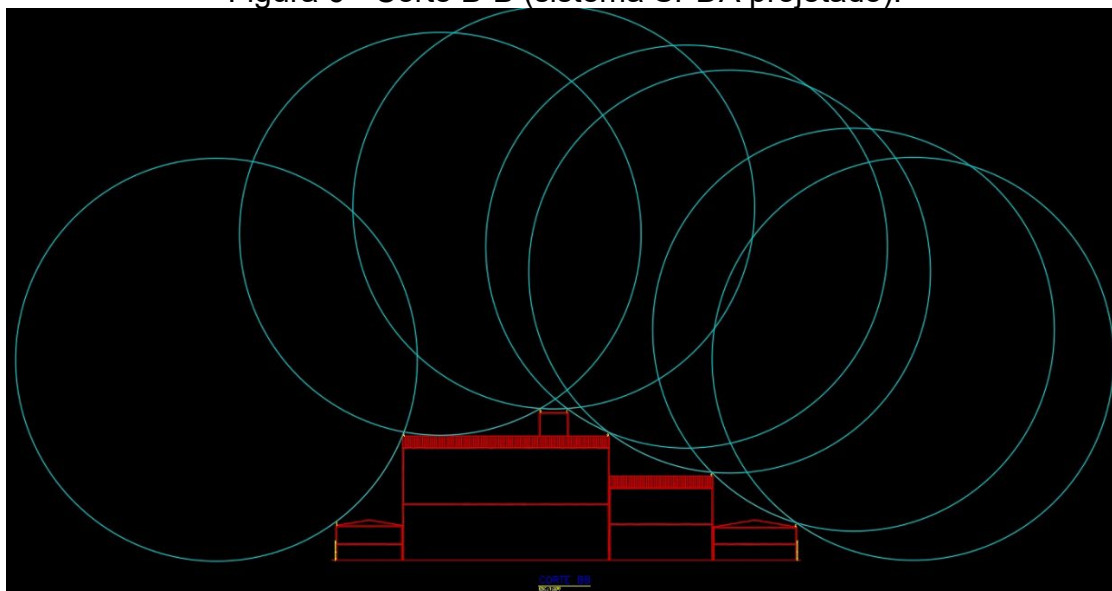
Após o desenvolvimento do novo projeto de SPDA é possível observar nos cortes (A-A e B-B, figuras 31 e 32, respectivamente) que após a aplicação do método da esfera rolante e com o projeto estando em conformidade com a norma NBR-5419, a estrutura está completamente protegida contra descargas atmosféricas, assegurando não somente a estrutura, mas também as pessoas dentro da mesma.

Figura 5 - Corte A-A (sistema SPDA projetado).



Fonte. Autores, 2024

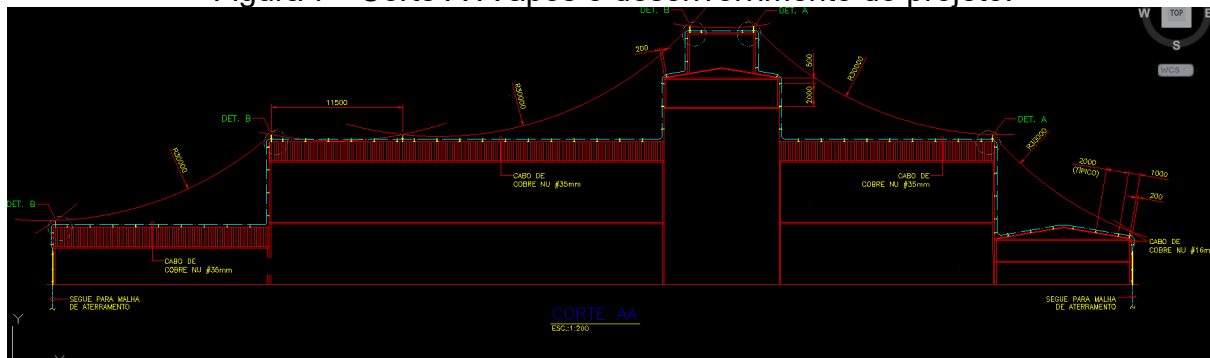
Figura 6 - Corte B-B (sistema SPDA projetado).



Fonte. Autores, 2024

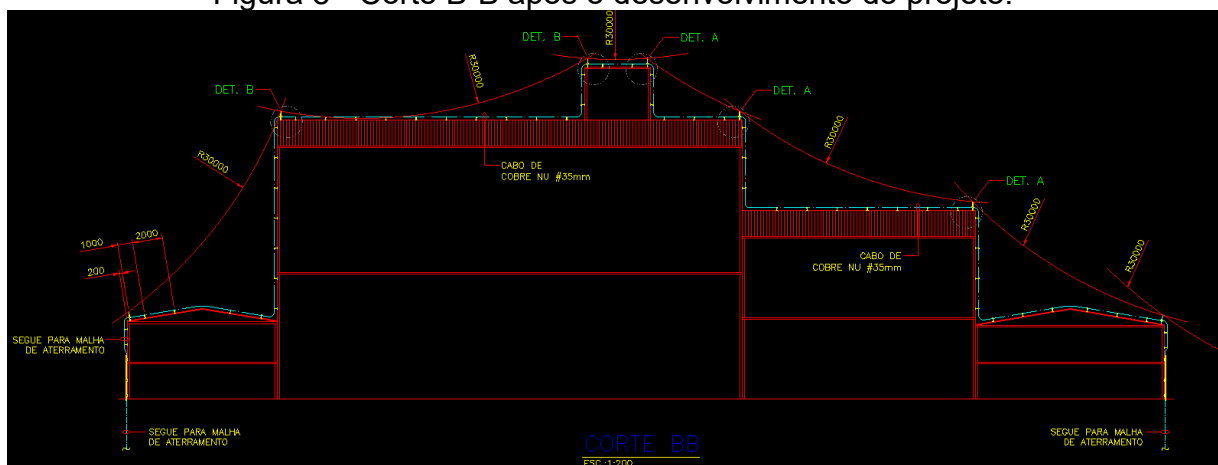
Por fim, como é mostrado nas imagens a seguir, podemos ver os cortes com o SPDA completamente projetado, com os minicaptos posicionados, os condutores de 35 mm² na malha superior, e de 16 mm² para as descidas. As dimensões e alturas indicadas nas imagens (como espaçamentos e posicionamento dos condutores) asseguram o cumprimento dos requisitos de distâncias mínimas e trajeto dos condutores. Cada corte demonstra as diferentes inclinações e interligações entre os subsistemas do SPDA, como descidas laterais e proteção centralizada sobre a estrutura mais alta. Esse projeto exemplifica uma solução robusta e em conformidade com a norma técnica, garantindo a segurança da edificação e das pessoas contra os efeitos das descargas atmosféricas.

Figura 7 - Corte A-A após o desenvolvimento do projeto.



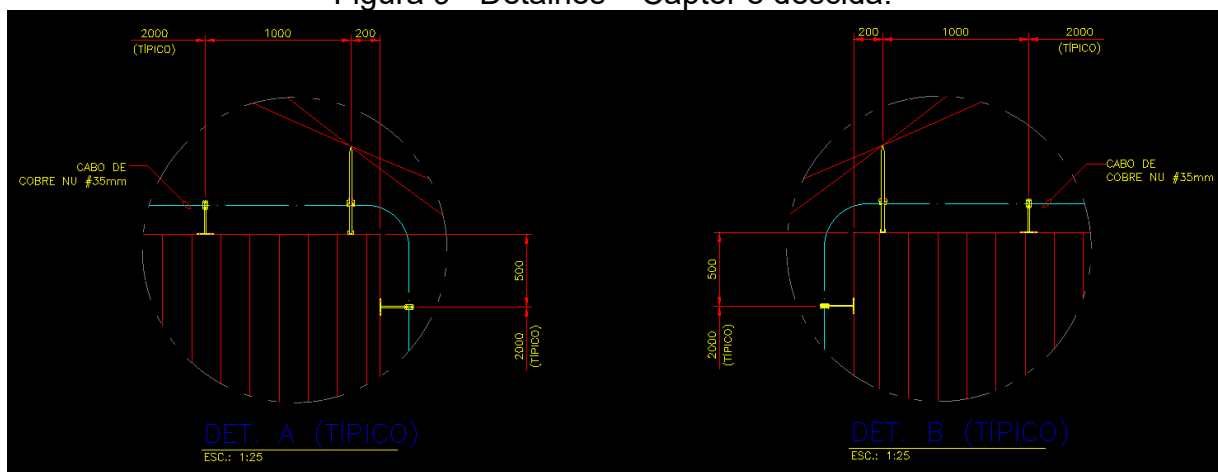
Fonte. Autores, 2024

Figura 8 - Corte B-B após o desenvolvimento do projeto.



Fonte. Autores, 2024

Figura 9 - Detalhes – Captor e descida.



Fonte. Autores, 2024

4 - Conclusões

A utilização de drones no desenvolvimento e na manutenção dos projetos de SPDA em hospitais representa um avanço significativo em termos de segurança, eficiência e gestão de recursos. A tecnologia dos drones não apenas aprimora a precisão das inspeções e o acesso a áreas críticas, mas, também, oferece uma alternativa mais segura e econômica em comparação com métodos convencionais. Além disso, a capacidade de realizar monitoramentos frequentes e detalhados permite identificar problemas antecipadamente, o que reduz o risco de falhas no sistema e garante a proteção da infraestrutura e das pessoas no ambiente hospitalar. Ao transformar as práticas de manutenção em locais que demandam altos níveis de segurança, os drones contribuem para uma abordagem de gestão hospitalar mais estratégica, onde a prevenção e o planejamento são prioridade. Dessa forma, o uso de drones em projetos de SPDA torna-se essencial para assegurar uma operação hospitalar

ininterrupta e comprometida com a segurança, sustentabilidade e eficiência, representando um modelo moderno e eficaz para a proteção contra descargas atmosféricas em instalações de saúde.

5 - Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT NBR 5419-2). Proteção contra descargas atmosféricas (parte 2: gerenciamento de risco). Rio de Janeiro: ABNT, 2015.

BILAK, Lucas Basílio et al. *Sistema de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), estudo de caso em uma estrutura predial*. Revista Caderno Pedagógico – Studies Publicações e Editora Ltda, Curitiba, v. 20, n. 5, 2023.

CASTRO, Jean Michael de. *Verificação dos subsistemas de captor de descida do sistema de proteção contra descargas atmosféricas dos blocos da UTFPR Campus Medianeira*. Monografia. Curso de Tecnólogo em Manutenção Industrial. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2014.

COSTA, Caio Rafael; XAVIER, Cenildo de Souza. *Estudo sistema de proteção contra descargas atmosféricas – SPDA*. Faculdades Santo Agostinho. Montes Claros, novembro de 2016.

CUNHA, Sidney et al. *Importância do cálculo de resistividade do solo no dimensionamento do sistema de proteção contra descargas atmosféricas, SPDA*. Repositório Universitário da Ânima (RUNA). 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/24197>

CRUZ, João Lucas Silva da. *Bancada experimental para topologias de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA)*. Monografia. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul na Faculdade de Engenharia, Arquitetura e Urbanismo e Geografia. Campo Grande, 2020.

BILAK, Lucas Basílio et al. *Sistema de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), estudo de caso em uma estrutura predial*. Revista Caderno Pedagógico – Studies Publicações e Editora Ltda, Curitiba, v. 20, n. 5, 2023.

DESENVOLVIMENTO DE UM PROTÓTIPO PARA A IMPLEMENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DE UM SISTEMA DE SENSORES PARA A SEGURANÇA VEICULAR

DEVELOPMENT OF A PROTOTYPE FOR THE IMPLEMENTATION AND VALIDATION OF A SENSOR SYSTEM FOR VEHICLE SAFETY

LUZ, C. P. F¹; MENDONÇA, D. L¹; DIAS, M. A. C. O¹; PEREIRA, A. R. A¹; RODRIGUES, I. P¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
David.lovantino@hotmail.com

Resumo: Este trabalho apresenta um protótipo de veículo integrado a um sistema de tecnologia embarcada e uma garagem automática, visando mostrar a aplicabilidade e desenvolvimento. O sistema abrange três pilares principais: segurança, tecnologia e interação social. O estudo teve como objetivo explorar e aplicar os conceitos adquiridos nas disciplinas de engenharia elétrica, a um sistema a um protótipo veicular, para demonstrar a eficácia dessas tecnologias na redução de acidentes, tombamentos e capotamentos, contribuindo para salvar de vidas. Para isso, foram utilizados sensores como LDR, de inclinação, de proximidade e um bafômetro, controlados por um Arduino Uno, além de um sistema RFID para controle de acesso à garagem automática. A programação foi desenvolvida para acionar os sensores de forma lógica, para que o protótipo funcione de maneira integrada, com a abertura das cancelas da garagem ao identificar o veículo, demonstrando também os benefícios da interação social proporcionada pelo sistema.

Palavras-chave: Tecnologia, Segurança no trânsito, Programação, Interação social, Sistema.

Abstract: This work presents a prototype of a vehicle integrated with an embedded technology system and an automatic garage, aiming to show the applicability and development. The system covers three main pillars: security, technology, and social interaction. The study aimed to explore and apply the concepts acquired in the disciplines of electrical engineering, to a system to a vehicle prototype, to demonstrate the effectiveness of these technologies in reducing accidents, overturns and rollovers, contributing to save lives. For this, sensors such as LDR, tilt, proximity and a breathalyzer were used, controlled by an Arduino Uno, in addition to an RFID system for access control to the automatic garage. The programming was developed to activate the sensors in a logical way, so that the prototype works in an integrated way, with the opening of the garage gates when identifying the vehicle, also demonstrating the benefits of the social interaction provided by the system.

Keywords: Technology, Traffic safety, Programming, Social interaction, System.

1. Introdução

A crescente demanda no número de veículos no trânsito tem aumentado o número de acidentes no Brasil, conforme apontado pelo Ministério do Transporte (2024). Globalmente, a ONU (2021) estima que 1,35 milhão de pessoas perdem a vida anualmente nas estradas. Uma solução para mitigar esse problema é a

implementação e validação de tecnologias auxiliares de segurança veicular. No entanto, o desenvolvimento dessas tecnologias enfrenta desafios, como a resistência de consumidores tradicionais e a incerteza nos investimentos em pesquisa e desenvolvimento (NOLASCO, *et al.*, 2014). Este estudo propõe a criação de um protótipo de veículo inteligente, focado na segurança, por meio da integração de sensores embarcados, como sensores de luminosidade, proximidade, inclinação, sensor de gás, e adoção de tecnologias voltadas para sustentabilidade e interação social, como uma placa solar, um sensor piezo elétrico e uma garagem automática, avaliando sua eficácia na redução de riscos ambientais e na melhoria da segurança no trânsito.

2. Metodologia

No estudo utilizou-se uma abordagem exploratória e descritiva, com revisão de literatura, estudos de caso e projetos acadêmicos para analisar tecnologias e tendências do mercado. A montagem dos sensores foi realizada no EasyEDA, devido à sua biblioteca de componentes e suporte para visualização de PCI em 3D.

Etapa 1 – Estudo do sensor LDR

Os sensores de luminosidade são essenciais para melhorar a segurança no trânsito, desempenhando um papel crucial na visibilidade e na eficiência dos sistemas automotivos, garantido maior proteção aos usuários (JÚNIOR, *et al.*, 2013). Esses dispositivos utilizam o LDR (Light Dependent Resistor), realizando a implementação do LDR ao, ele ajusta sua resistência elétrica conforme a intensidade luminosa do ambiente, possibilitando a detecção precisa das condições de luz e otimizando a resposta de sistemas automáticos (SANTOS, 2018).

Etapa 2 – Estudo do sensor ultrassônico

Sensor HC-SR04 é baseado na emissão de ondas sonoras de alta frequência. Essas ondas sonoras são enviadas e, quando encontram alguma superfície, são refletidas de volta para o sensor, dessa forma gerando dados referente a distância para o Arduino (ZAMBONINI, 2019).

Etapa 3 – Estudo do sensor inclinação

O sensor de inclinação utilizado nesse projeto foi o MPU-6050, este sensor de inclinação é um módulo que permite avaliar tanto a aceleração quanto a velocidade

angular. A posição relativa do dispositivo é coletada e medida através da aceleração do corpo. A composição do MPU-6050 inclui um sensor giroscópio e um acelerômetro (CAVALCANTE, 2023).

Etapa 4 – Estudo do sensor de gás

O sensor MQ-3 é utilizado para detectar vapores de álcool, sendo integrado com facilidade a diversos microcontroladores em aplicações de análise de álcool e projetos de segurança (SILVA, 2021). Logo seu funcionamento baseia-se em um material semicondutor sensível ao álcool, cuja resistência interna varia conforme a concentração de vapores no ambiente.

Etapa 5 – Estudo da Placa Solar

A célula solar fotovoltaica é o dispositivo que transforma a emissão de luz solar em energia elétrica por meio do efeito fotovoltaico, onde auxilia na alimentação do microcontrolador do veículo. Quando a luz solar atinge a placa, ela energiza os elétrons no material semicondutor, criando um fluxo de corrente elétrica. Esse processo converte a energia solar em eletricidade renovável (SCHWABE, *et al.*, 2023).

Etapa 6 – Estudo do sensor Piezo elétrico

O princípio de funcionamento do sensor piezoelétrico se baseia na pressão mecânica, que provoca mudanças em sua espessura. Essas alterações geram movimentos nas superfícies do cristal, resultando em energia elétrica.

Os ecos que retornam a ele causam vibrações nos cristais, levando a uma variação nas suas dimensões físicas. Isso, por sua vez, resulta na criação de um campo elétrico (SILVA, *et al.*, 2022).

Etapa 7 – Estudo do sensor Rfid

A identificação por rádio frequência (RFID, do inglês, *Radio Frequency Identification*) é uma tecnologia que utiliza mudanças em frequências de rádio ou campos magnéticos para comunicar entre componentes eletrônicos e identificá-los. (CORNÉLIO, 2016). O RFID é um sistema de transmissão de dados de radiofrequência de um dispositivo móvel para um leitor, utilizando tecnologia sem fio, geralmente um leitor e uma antena, denominado transmissor, etiqueta ou TAG (CORNÉLIO, 2016).

3. Resultados

Sensor LDR

Desenvolvido para detectar variações na luminosidade do ambiente. A programação em Arduino IDE aciona LEDs automaticamente em condições de baixa luz, garantindo eficiência energética e segurança ao condutor.

Figura 1 - Sensor LDR

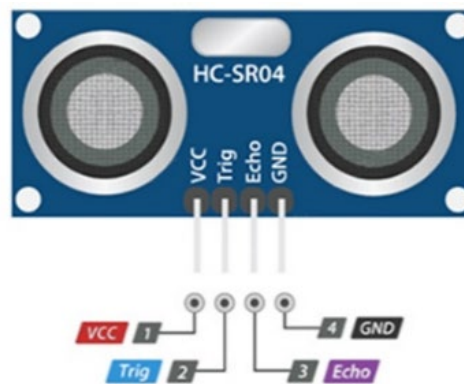


Fonte: Circuits-Dry (2019)

Sensor Ultrassônico (HC-SR04)

Implementado para medir distâncias e alertar sobre proximidade de obstáculos. A integração com um *buzzer* oferece feedback sonoro proporcional à distância, contribuindo para evitar colisões em tempo real.

Figura 2 - Sensor de proximidade

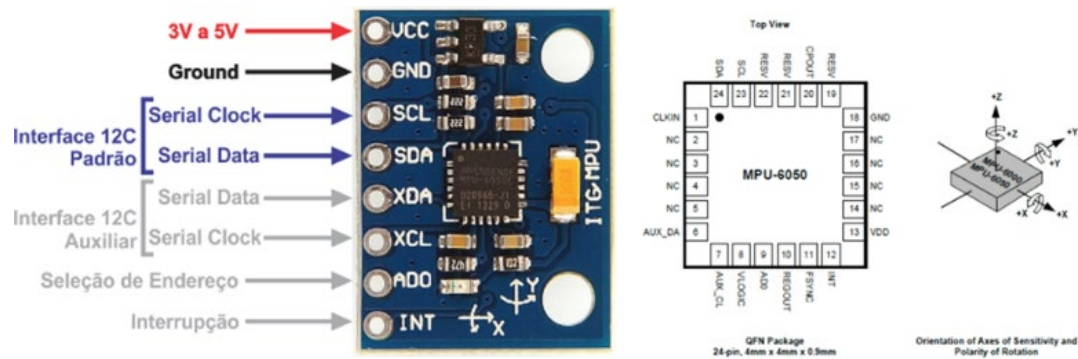


Fonte: Usinainfo (2024)

Sensor de Inclinação (MPU-6050)

Configurado para monitorar ângulos laterais críticos no veículo. Aciona alertas sonoros ao detectar inclinações superiores a 25°, prevenindo tombamentos em terrenos irregulares.

Figura 3 - Sensor de inclinação

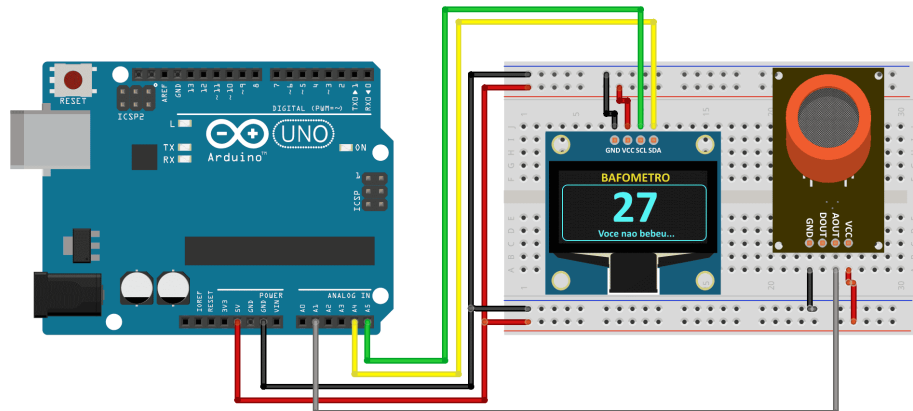


Fonte: Arduino Ômega (2021)

Sensor de Gás (MQ-3)

Posicionado estrategicamente no interior do veículo, detecta a concentração de álcool no ar e exibe os dados em um display OLED. Proporciona uma avaliação direta da aptidão do condutor para dirigir.

Figura 4 - Sensor de gás junto ao display OLED e o Arduino

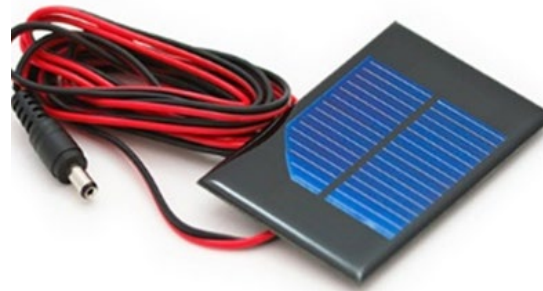


Fonte: Maker Hero (2023)

Placa Solar

Instaladas no teto do protótipo, as células fotovoltaicas convertem energia solar em elétrica, contribuindo para a sustentabilidade do sistema ao reduzir o consumo da bateria.

Figura 5 - Placa solar

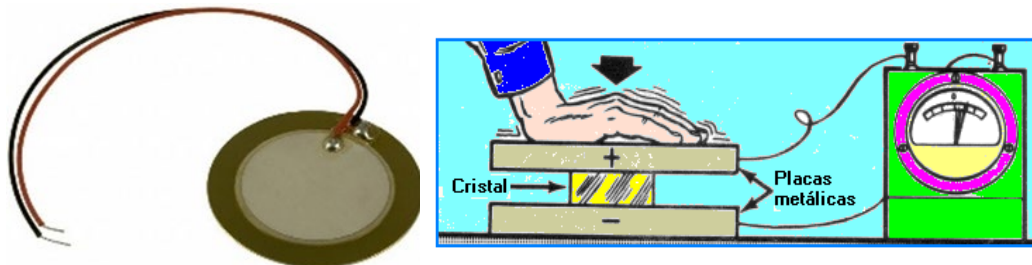


Fonte: Um Pro (2018)

Sensor Piezoelétrico

Projetado com um intuito de ser localizado nos pedais do protótipo, o sensor converte energia mecânica em elétrica. Logo este recurso demonstra o potencial de integrar sistemas de geração energética com alto índice de acionamento diário.

Figura 6 - Sensor piezoelétrico e seu funcionamento



Fonte: Arduino Portugal (2017)

Garagem Automática:

Sistema desenvolvido com base em um sensor RFID para autenticação, permitindo controle automatizado da abertura e fechamento de portões. LEDs indicam o estado da garagem (aberta, fechada ou bloqueada), enquanto servomotores garantem a movimentação eficiente das cancelas.

Figura 7 - Sensor RFID



Fonte: Compraco (2024)

4. Conclusão

O protótipo desenvolvido comprovou a eficácia da integração de sensores para aumentar a segurança veicular, com destaque para os sistemas de alerta de proximidade, inclinação e detecção de álcool. As tecnologias utilizadas, como sensores LDR, ultrassônico, de inclinação, gás, placas solares e piezoelétricos, melhoraram a segurança dos ocupantes e contribuíram para a sustentabilidade ao reduzir o consumo de energia e emissões.

A interação social foi facilitada pelo sistema de garagem automática, que utilizou RFID para controle de acesso. O sistema demonstrou viabilidade para uso prático, com resultados positivos em termos de segurança, sustentabilidade e conveniência.

5. Agradecimentos

Os autores agradecem ao Centro Universitário de Volta Redonda pelo apoio institucional para realizar o projeto.

6. Referências

ARDUINO OMEGA, **Entendo o funcionamento do sensor inclinação (Giroscópio) com Arduino**. In: Leandro Castro. 24 de abr. 2021. Disponível em: <https://blog.arduinoomega.com>

ARDUINO PORTUGAL, **Como usar o Sensor Piezo no Arduino**. In: ArduinoPortugal.pt. 07 de jun. 2017. Disponível em: <https://www.arduinoportugal.pt/tag/buzzer/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

MAKERHERO, **Como funciona o sensor de gás MQ-135?**. In: Rosana Guse. 09 de fev. 2022 Disponível em: <https://www.makerhero.com/blog/como-funciona-o-sensor-de-gas-mq>.

COMPRACO, **Interface de leitor RFID Arduino MFR522 RC522 e controle de acesso**. In: Roberto Magalhães. Rio de Janeiro, 25 de jun. 2024. Disponível em:

<https://compraco.com.br/blogs/tecnologia-e-desenvolvimento/interface-de-leitor-rfid-arduino-mfrc522-rc522-e-controle-de-acesso>. Acesso em: 04 nov. 2024

CIRCUITS DIY, **LDR Light Sensor – Arduino Tutorial**. In: James Fuller. Estados Unidos, 01 de abr. 2023. Disponível em: <https://www.circuits-diy.com/ldr-light-sensor-arduino-tutorial/>. Acesso em: 01 nov. 2024.

JÚNIOR, José Jair Alves Mendes; JUNIOR, Sérgio Luiz Stevan. **Ldr e sensores de luz ambiente: Funcionamento e aplicações. Semana de Eletrônica e Automação**, Paraná, 2013. Disponível em: <https://ENGEP.com.br/modelos>

NAÇÕES UNIDAS – **ONU NEW Perspectiva Global Reportagens Humanas - Acidentes de trânsito são a maior causa de morte de pessoas de 5 a 29 anos**. Disponível em: Acidentes de trânsito são a maior causa de morte de pessoas de 5 a 29 anos | ONU News. Acesso em 06 de setembro de 2024.

NOLASCO, Rony Walter Paiva; SILVA, Daniel Pereira da. **Inovações na indústria automobilística: mecanismos, inovações sustentáveis e barreiras a sua implementação**. Anais do VI Simprod, 2014.

SANTOS, A., Gomes, J., Cataldi, P., Bessone, R. e Alcantara, Y. 2023. **Ocorrências no Trânsito da Cidade do Recife: Utilização de Tecnologia para Prevenção de Acidentes**. *Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada*. 9, 1 (dez. 2023), 1-10. Disponível em: <https://doi.org/10.25286/rep.v9i1.2766>.

USINAINFO, **O que é ESP8266?**. In: Usinainfo. 08 de Ago. 2022. Disponível em: <https://www.usinainfo.com.br/esp8266-610>. Acesso em: 01 nov. 2024

UM PRO. Imagem de painel solar com cabo conector. Disponível em: <https://www.umpro.com.br>. Acesso em: 24 nov. 2024.

ZAMBONINI, Wesley; ARTHUR, Rangel. **Sensor ultrassônico para rastreamento de velocidade de ultrapassagem**. *Revista dos Trabalhos de Iniciação Científica da UNICAMP*, n. 27, p. 1-1, 2019.

SCHWABE, Gabriel da Silva; SANTOS, Caio Simoes; RUBINEC, Samuel Luiz. **Controle de sistema de energia solar fotovoltaica**. 2023. Disponível em: <https://repositorio.maua.br/handle/MAUA/504>

CORNÉLIO, Daniela Nogueira Ferraz. **Elaboração de um protótipo de ponto eletrônico utilizando Arduino e RFID: uma visão para o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano-Campus Floresta**. 2016. Sistema de detecção de gases tóxicos e inflamáveis com sinal de alerta e ativação de exaustores utilizando Arduino. 2021. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/jspui/handle/aee/18599>

JORNALISMO

QUANDO A FORMA É O CONTEÚDO: ANÁLISE DO PROGRAMA TV FAMA

FERREIRA, B. R.; SILVA, H.L.;

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

biaferreirarosa15@gmail.com

Resumo: O trabalho trata do jornalismo de celebridade, segmento mercadológico de grande relevância em um contexto social em que a produção de celebridades pela mídia se tornou notável. Assim, abordando um fenômeno que não é recente, mas possui especificidades contemporâneas, com a profusão de webcelebridades e de programas de reality shows especializados em promover antigos e novos famosos na televisão. A análise tem como objetivo geral discutir o lugar da mulher, bem como de sua objetificação e como seu corpo tem sido forma predominante para criação de conteúdo das pautas, a partir de um estudo de caso do programa televisivo TV Fama. Para a realização dessa pesquisa, buscou-se observar suas pautas ao longo de uma semana. O trabalho confirmou a hipótese de que o corpo, especificamente o corpo das mulheres celebridades, foram elementos estruturais do programa, dada a quantidade de matérias com foco em mulheres em relação ao seu total e o tempo de exibição de tela das mulheres nessas matérias, em que prevalecem os seus corpos mais desnudos em relação aos homens em imagens de cobertura, mesmo quando o assunto não tem a ver com o físico dessas mulheres.

Palavra-Chave: Jornalismo de celebridade. Corpos. TV Fama.

1. Introdução

O jornalismo de celebridade é um segmento mercadológico de grande relevância em um contexto social em que a produção de celebridades pela mídia se tornou notável (RIVANDA, 2019; SILVEIRA, 2018). Trata-se de um fenômeno que não é recente, como discutem Morin (2002) e Martino (2014), mas possui especificidades contemporâneas, com a profusão de webcelebridades e de programas de reality shows especializados em promover antigos e novos famosos na televisão, em diálogo com a esfera do infotainment (DEJAVITE, 2006).

Nesse sentido, destaca-se o TV Fama, programa diário da Rede TV dedicado há mais de duas décadas à cobertura sobre o mundo das celebridades, sendo o único a ser exibido na TV aberta em horário nobre, elementos que contribuem para justificar a sua escolha como estudo de caso diante da delimitação temática proposta. O trabalho postulou como hipótese que a objetificação do corpo feminino em suas matérias trata-se de um elemento central e estruturante de suas pautas. Acreditou-se que ele se destacaria muito mais do que o corpo masculino.

2. Metodologia

Tendo como objetivo geral, portanto, discutir o lugar da mulher, bem como de sua objetificação dentro da cobertura do jornalismo de celebridade no Brasil, a pesquisa buscou se delimitar no estudo de caso do programa televisivo TV Fama. Para a sua realização, buscou-se observar suas pautas ao longo de uma semana, levando em conta os seguintes aspectos: quantidade de matérias com foco em mulheres em relação ao seu total; tempo de exibição de tela das mulheres nas matérias exibidas; o modo como o corpo dessas mulheres aparece em imagens de cobertura dessas matérias (mais ou menos desnudas em relação aos homens); a relação do discurso verbal com o audiovisual para a abordagem dessas matérias.

Para o presente artigo foi analisado o programa TV Fama em quatro dias (29/07/2024, 30/07/2024, 01/08/2024 e 02/08/2024). Os acessos se deram pelo site da própria Rede TV.

Para a análise, foram levados em conta os seguintes critérios: quantidade de matérias com foco em mulheres em relação ao seu total; tempo de exibição de tela das mulheres nas matérias exibidas; o modo como o corpo dessas mulheres aparece em imagens de cobertura dessas matérias (mais ou menos desnudas em relação aos homens); a relação do discurso verbal com o audiovisual para a abordagem dessas matérias.

3. Resultados e discussões

Ao todo, foram 104 matérias levantadas, o que deu uma média de mais ou menos 23 por dia. As edições do programa analisadas contêm entre 47 e 70 minutos e foram observadas a partir do site da emissora, onde se encontram vários episódios completos.

Nos quatro dias analisados, foram exibidas 104 matérias, sendo 73 com o foco principal sobre mulheres e 31 sobre homens (inclusive as que começam com o foco na mulher ou no homem e se desloca para um casal), o que deixa claro uma hegemonia do foco sobre o feminino.

Nesse sentido, o trabalho acaba por confirmar a hipótese postulada sobre a objetificação do corpo como um elemento estrutural do programa TV Fama. Acreditou-se que ele se destacaria mais do que o corpo masculino, o que foi comprovado. Ainda que o corpo masculino também seja objetificado (comumente com celebridades sem

camisa), o da mulher predominou neste tempo de recorte da pesquisa (a exceção, geralmente, de mulheres com mais idade, como a cantora Nana Caymmi, ou mais conhecidas como mais recatadas, como no caso da cantora Sandy, que provavelmente não tinha fotos em redes sociais – fonte principal para as imagens de cobertura das matérias - como as demais).

O fato de haver um quadro dedicado apenas a exibir imagens das mulheres celebridades em trajes de banho (Giro das Gatas) sem nenhum paralelo com celebridades masculinas contribui para a confirmação da hipótese levantada. No que diz respeito à relação do discurso verbal com o audiovisual para a abordagem das matérias salta aos olhos o fato de que muitas vezes as fotos e vídeos das celebridades femininas desnudas ou sensualizando servem de imagens de cobertura para textos que nem estão enfocando a beleza dessas mulheres.

4. Conclusão

A cobertura de celebridades na televisão brasileira tem em TV Fama, estudo de caso dessa pesquisa, um recorte privilegiado para discutir a questão sobre como o corpo tem sido a forma predominante para o conteúdo das pautas desse segmento.

Este programa, que se apresenta como um misto de jornalismo e entretenimento, reflete uma prática midiática recorrente: a exploração visual do corpo como recurso atrativo para audiência. A centralidade do corpo não é apenas uma característica do conteúdo, mas também uma estratégia de mercado que visa capturar a atenção do público em um cenário competitivo de comunicação.

Um tempo maior de análise poderia fornecer mais subsídios para esta conclusão, mas a existência de um quadro como o “Giro das Gatas”, exclusivamente focado em mostrar as belas mulheres celebridade fazendo qualquer atividade, desde que estivesse de biquini ou uma roupa mais sensual, transparente. Vale notar ainda que o quadro, durante essa semana analisada, contou com todas as mulheres seguindo um “padrão” (corpos magros) que não fugia a essa regra.

Mesmo que foco seja outro que não o corpo, as imagens que ilustram as matérias comumente enfatizam a sensualidade com fotos extraídas das redes sociais das personagens das reportagens, buscando, possivelmente, atrair e manter um telespectador que estaria zapeando os canais, algo que poderia ser pesquisado por

trabalhos com foco em recepção ou ainda que realizem entrevistas com produtores do programa.

O corpo é retratado como espetáculo, reforçando estereótipos de gênero e padrões de beleza que moldam a percepção social sobre as celebridades e suas vidas. Isso indica que o programa, como parte de uma indústria maior, não apenas reproduz, mas também alimenta a cultura da objetificação, onde o valor simbólico da figura humana é mediado por padrões midiaticamente construídos. E como são utilizados os corpos para chamar a atenção de quem assiste ou passa pelo programa podendo assim, ser uma estratégia para que obtenha uma maior audiência nos dias de exibição e para seu público que já acompanha fielmente.

Trata-se, como se pode notar, portanto, de um tema e um objeto em sua maior parte e ao usar as imagens parece não mostrar o que elas são além de seu corpo, mesmo elas tendo suas carreiras e feitos, tudo parece a se resumir a uma foto que foi mostrada e que chamou a atenção pela exposição que possui.

Esse tema ainda pode gerar mais análises futuras com diferentes recortes, já que mostra uma variedade de assuntos em que envolve a mulher, seu corpo e como a mídia as vê.

Referências

DEJAVITE. F. A. **INFOtenimento**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006

REDE TV. TV Fama – Programa completo de 01/08/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-01-08-24-%7C-completo>. 2024

REDE TV. TV Fama – Programa completo de 02/08/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-02-08-24-%7C-completo>. 2024.

REDE TV. TV Fama – Programa completo de 29/07/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-29-07-24-%7C-completo>. 2024.

REDE TV. TV Fama – Programa completo de 30/07/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-30-07-24-%7C-completo>. 2024.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2014. Petrópolis: Vozes.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

SILVEIRA, Yuri. **Infotainment: a hibridização entre o jornalismo e o entretenimento. Análise do programa O Bola nas Costas.** Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Faculdade São Francisco de Assis graduação em jornalismo. Porto Alegre, 2018.

SANTOS, Rivanda. **Jornalismo de celebridade:** análise de conteúdo da revista Caras. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte, 2009.

ANÁLISE E ESTRATÉGIAS PARA REFORMULAÇÃO E APRIMORAMENTO DA COMUNICAÇÃO DO FOCO VR NO INSTAGRAM

BRANDÃO, L. A.; SILVA, H. L.;

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, RJ.

lucasdeassisbrandao91@gmail.com

Resumo: Este artigo teve como objetivo principal analisar as estratégias de produção jornalística utilizadas no Instagram do Foco VR, um projeto de jornalismo digital idealizado e administrado por um dos autores, voltado para as notícias de Volta Redonda/RJ, a fim de propor uma reformulação da conta. A pesquisa foi realizada ao longo de um mês, com foco na identificação das diferenças nas abordagens e nos formatos de conteúdo publicados no @FOCOVR. O estudo também abordou as características do webjornalismo, como interatividade, multimodalidade e convergência de mídias, para compreender como esses elementos influenciam as escolhas editoriais e o uso de recursos específicos da plataforma Instagram, como stories, feed e reels. Dessa forma, a pesquisa buscou entender como as particularidades da rede social impactam a produção e distribuição de notícias, contribuindo para uma análise mais ampla sobre as estratégias de adaptação do jornalismo às demandas do ambiente digital, além de fornecer subsídios para que o Foco VR seja reformulado.

Palavras-chave: Foco VR, Instagram, jornalismo, webjornalismo, SEO.

1. Introdução

O jornalismo, como atividade profissional, tem passado por transformações significativas à medida que a tecnologia avança. Desde a invenção da prensa até o telégrafo, e hoje, com a consolidação da internet como meio de comunicação, essas mudanças são evidentes. A internet também alterou as formas de relacionamento humano. A expansão das redes de internet sem fio, 3G e 4G aumentou o número de pessoas conectadas. No Brasil, por exemplo, 61% da população está online, conforme a pesquisa TIC Domicílios 2016. Com essa expansão, surgiram as mídias sociais, que permitem a criação e o compartilhamento de conteúdo entre pessoas. Nessas plataformas, os usuários assumem tanto o papel de produtores quanto de consumidores de informação (ALVES, 2018).

Em 30 de novembro de 2022, o jornal online Foco VR, um projeto elaborado por um dos autores ao longo de sua trajetória acadêmica no âmbito do curso de Jornalismo, deu início às suas atividades exclusivamente pelo site focovr.com.br, com a missão de fornecer notícias e reportagens sobre a cidade de Volta Redonda/RJ à população. Em apenas dois meses, ampliou sua cobertura para incluir notícias da região Sul

Fluminense e do mundo, sempre mantendo o foco principal em Volta Redonda. No quarto mês de operação, o Foco VR expandiu sua presença para o Instagram.

É observável que nem todas as notícias do Foco VR que são publicadas em seu site vão para a sua rede social do Instagram. Que tipo de conteúdo vai para o feed? Quais deles se transformam em reels e quais vão para os stories? Como a abordagem se transforma? O que explicaria tais diferenças? Essa foi uma questão da qual a pesquisa partiu para discutir a hipótese de que o Foco VR adota diferentes estratégias de conteúdo no site e no Instagram, utilizando os recursos específicos da plataforma para fortalecer sua presença com seus leitores.

O trabalho teve como objetivo geral, portanto, discutir as diferenças de estratégias de produção na web de um mesmo veículo em diferentes plataformas a partir da análise do estudo de caso do conteúdo jornalístico do Foco VR a fim de propor uma reformulação para o projeto. Comparando o site e o Instagram do veículo, a pesquisa teve como objetivos específicos identificar eventuais discrepâncias de conteúdo (e de abordagem) entre o que é publicado no Instagram e o que é publicado no site do Foco VR e, ao avaliar possíveis causas para tais diferenças, propor um planejamento e um calendário editorial visando corrigir deficiências detectadas na produção de seu conteúdo especificamente para esta plataforma.

Compreender esses aspectos pode fornecer *insights* valiosos sobre as estratégias de comunicação do Foco VR e a adequação do conteúdo às diferentes plataformas, destacando as práticas jornalísticas na era digital.

2. Metodologia

A análise foi realizada com base em um período de 1 mês de publicações, entre 11 de agosto e 11 de setembro de 2024, o que foi considerado suficiente para a discussão do estudo de caso. Foram observados os conteúdos presentes nos stories, posts e reels do Instagram do Foco VR ao longo desse momento, a fim de se discutir que editorias do site são privilegiadas na plataforma de rede social bem como de que forma estes conteúdos estão ali dispostos, bem como avaliando a estratégia em sintonia ou não com referências de profissionais que abordam as formas de postagens no Instagram para que, mais adiante, se pudesse ter alinhado estratégias para a reformulação da conta com a proposta de um novo calendário de publicação de conteúdo previsto para ser posto em prática em janeiro de 2025. Contou-se ainda com

a análise SWOT para discutir oportunidades, ameaças, forças e fraquezas do Foco VR no Instagram para propor essa reformulação.

3. Resultados e Discussão

As análises realizadas entre os dias 11 de agosto e 11 de setembro revelaram importantes dados sobre a presença do Foco VR no Instagram. Durante esse período, foram publicados apenas 12 stories, resultando em uma média inferior a 0,5 por dia, número que está abaixo do recomendado por especialistas em SEO (Search Engine Optimization). Provezano (2021), em um artigo publicado no blog da Rockcontent, destaca que a publicação de pelo menos um story diário é essencial para manter o alcance e as visualizações dos seguidores. Ele também enfatiza que os stories transformaram a dinâmica do Instagram devido às ferramentas de interatividade disponíveis, que, se utilizadas com frequência e eficiência, impulsionam o crescimento de perfis. No caso do Foco VR, a baixa frequência de publicações comprometeu o aproveitamento desse recurso.

Quanto ao feed do Instagram, foram publicados 14 posts ao longo do mês, o que resulta em uma média de 0,47 publicações diárias. Esse número também está abaixo do recomendado por Provezano (2021), que sugere ao menos uma postagem por dia para garantir engajamento e relevância na plataforma. A análise ainda apontou a presença de 5 reels no mesmo período, com uma média diária de 0,16. Apesar do formato reels ser um dos principais impulsionadores de alcance e visibilidade no Instagram, a frequência do Foco VR está bem aquém do ideal, que seria de um reel diário, segundo especialistas em SEO.

Para embasar as estratégias de reformulação das mídias digitais do Foco VR, foi utilizada, conforme dito anteriormente, a análise SWOT. Essa ferramenta permitiu uma visão detalhada das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças enfrentadas pelo veículo. Alves (2019, p. 29) ressalta que a análise SWOT é essencial para identificar os pontos positivos e negativos de uma comunicação e implementar ações estratégicas. A partir dessa análise, foram identificadas diversas características relevantes para o aprimoramento do Foco VR.

Forças

O Foco VR se destaca pela diversificação de conteúdo, abordando temas como política, segurança pública e questões locais de Volta Redonda. Esse direcionamento

específico reforça a identidade do veículo e o torna relevante para o público-alvo. Outra força é a identidade visual consistente, com o uso de cores marcantes, como amarelo e preto, que facilitam o reconhecimento da marca nas postagens e stories. A promoção do podcast Pílulas do Foco VR, principalmente aos finais de semana, também fortalece a conexão com os seguidores.

Fraquezas

A frequência de postagens foi identificada como uma fraqueza importante. Com uma média de apenas 0,47 posts diários no feed e 0,16 reels, o perfil não atinge os níveis recomendados para engajamento eficaz. A utilização limitada de ferramentas interativas nos stories, como enquetes e caixas de perguntas, também prejudica o potencial de engajamento e a conexão direta com os seguidores. Além disso, a necessidade de evitar palavras "proibidas" restringe a liberdade editorial, afetando a cobertura de temas relevantes e a qualidade informativa.

Oportunidades

Entre as oportunidades, destaca-se a possibilidade de aumentar o engajamento utilizando ferramentas interativas, como enquetes, caixas de perguntas e menções. A produção de conteúdos mais dinâmicos, como reels e stories com boomerangs, também apresenta um potencial significativo para atrair maior atenção e ampliar o alcance das publicações. Além disso, o Foco VR pode expandir sua atuação para outras redes sociais, como o TikTok, aproveitando a popularidade da plataforma e o potencial de viralização de vídeos curtos.

Ameaças

As principais ameaças incluem a concorrência com outros veículos de comunicação locais, que podem ser mais ativos e engajados nas redes sociais, e a saturação de conteúdo na internet, que dificulta a retenção da atenção do público. A falta de investimento em publicações patrocinadas também representa um desafio, pois limita o alcance e o crescimento da audiência do Foco VR. Além disso, as diretrizes rígidas do Instagram, que restringem certos tipos de palavras e conteúdos, representam um obstáculo adicional para a divulgação de notícias.

Essas análises evidenciam a necessidade de uma reformulação nas estratégias de comunicação do Foco VR no Instagram. Com ações voltadas para o aumento da frequência de postagens, o uso estratégico de recursos interativos e a diversificação

de conteúdos dinâmicos, é possível fortalecer a presença digital do veículo e aumentar o engajamento com o público-alvo, ao mesmo tempo em que se busca contornar as limitações impostas pelas diretrizes da plataforma.

Optou-se por iniciar a nova periodicidade de publicações a partir do primeiro dia de 2025, alinhando a nova mudança com o início do novo ano. O Instagram do Foco VR será estruturado para garantir uma presença consistente, e diversificada, com foco em publicações diárias que engajem e informem os seguidores. A estratégia prevê a postagem de um Reel da editoria "Volta Redonda", trazendo dinamismo e alcance para os conteúdos da cidade, um post regular também da editoria "Volta Redonda", garantindo a atualização frequente de notícias relevantes, e um Carrossel da editoria "Opinião", com o objetivo de destacar esse aspecto diferenciado do veículo, que busca combinar informação de qualidade com análises e perspectivas opinativas.

Patel (2024) explica que o Instagram Stories é uma das funcionalidades mais dinâmicas da plataforma. Ele permite que os usuários compartilhem fotos e vídeos que ficam disponíveis para visualização por até 24 horas, desaparecendo automaticamente após esse período. Funciona como uma espécie de "feed alternativo", onde os usuários podem publicar conteúdos espontâneos, sem a preocupação de que eles permaneçam no perfil ou impactem a organização do feed principal. Segundo Marques (2023), por ser um tipo post temporário, o story costuma conter vídeos e fotos do momento, e dá maior liberdade estética aos usuários da rede social.

Com bilhões de usuários ativos mensalmente, o Instagram tem se tornado uma ferramenta essencial para empresas que buscam crescer rapidamente e engajar seu público de forma criativa. Com isso, os Stories do Instagram do Foco VR podem ser aprimorados com o uso de ferramentas interativas, como a Enquete, que permite medir a opinião do público sobre assuntos locais, por exemplo: "Qual obra pública é mais urgente para Volta Redonda?" com opções como "Reforma de escolas" ou "Melhorias no transporte público". O recurso de Close Friends pode ser usado para compartilhar conteúdos exclusivos ou antecipações de matérias para seguidores mais engajados. A ferramenta de Menções pode destacar interações com figuras públicas, leitores ou parceiros relevantes, ampliando o alcance e reforçando conexões locais. Já a Caixinha de Perguntas pode ser utilizada para engajar o público com temas como

"Quais assuntos você gostaria de ver no Foco VR esta semana?", incentivando a participação ativa e captando sugestões de conteúdos diretamente da audiência.

Sugere-se também o Foco VR adote stories dedicados às notícias de Volta Redonda ao longo da semana, enquanto, nas sextas e sábados, focaria os episódios do Pílulas do Foco VR, lançado aos sábados, pois é uma forma do @FOCOVR se aproximar do público local, mas sem se esquecer do uso das ferramentas mencionadas, como Enquete, Close Friends, Menções e Caixinha de Perguntas.

Sugere-se também utilizar nos Stories o uso de Boomerangs para trazer dinamismo e atrair a atenção do público. Esse recurso é ideal para mostrar cenas curtas de eventos ou situações relevantes em Volta Redonda, como uma rápida movimentação em obras, eventos culturais ou destaques da cidade, criando um efeito visual atrativo e chamativo.

Além disso, as curtidas nos Stories, uma funcionalidade que permite ao público demonstrar interesse diretamente em uma publicação, podem ser incentivadas com chamadas como "Curta se você também apoia essa ideia!" ou "Gostou dessa notícia? Mostre seu apoio com uma curtida!". Isso não apenas mede o engajamento, mas também reforça a conexão com os seguidores e valoriza a participação deles.

4. Conclusões

A pesquisa permitiu discutir as diferenças de estratégias de produção na web de um mesmo veículo em diferentes plataformas, a partir da análise do estudo de caso do conteúdo jornalístico do Foco VR. Comparando o site e o Instagram do veículo, o trabalho identificou algumas discrepâncias de conteúdo (e de abordagem) entre o que é publicado na plataforma de rede social e o que é publicado no site do Foco VR, no período de análise de um mês.

Em relação ao feed, observou-se que apenas um post utilizou o formato carrossel, como no caso da matéria sobre a precariedade da linha de ônibus "Viação Pinheiral", que também circula no interior da cidade. A ausência de postagens no formato carrossel não significa que a página @FocoVR ignore as recomendações dos especialistas sobre engajamento. Por ser uma conta Nano (0 a 10 mil seguidores), o uso de carrossel não tem um impacto significativo no alcance ou nas interações. Quanto à periodicidade de postagens de imagens estáticas, o Instagram também vem deixando a desejar, com uma média de apenas 0,47 por dia.

No que diz respeito aos stories, identificou-se uma maior presença dos avisos e propagandas do podcast Pílulas do Foco VR, anunciando a segunda temporada e o link para acessar a página do YouTube para se inscrever, o que demonstra uma subutilização da ferramenta. Além disso, é importante ressaltar que stories são ferramentas ideais para conteúdo mais dinâmico e interativo, algo que poderia ser explorado para fortalecer o vínculo com os seguidores e destacar outras editorias do veículo.

Os *reels* também foram pouco explorados (apenas cinco em um mês) e notou-se um privilégio total na editoria "Polícia" do site, o que pode ser explicado pelo fato de se tratar de uma editoria mais chamativa, que poderia gerar mais engajamento. No entanto, como o site não trouxe outras editorias no período analisado, seria difícil cravar esse argumento. Apenas com mais dados e um período maior de análise esta questão poderia ser discutida com mais apuro. Apesar de gerar engajamento, há uma dificuldade para publicações da editoria "Polícia" devido às diretrizes do Instagram, que limitam ou banem palavras comuns na abordagem textual jornalística deste segmento, como "tráfico", "estupro", "tiro" e nomes de drogas.

A análise SWOT realizada revelou aspectos que corroboram as discrepâncias identificadas. Entre as forças, destaca-se a relevância do conteúdo para o público local e o engajamento que o veículo já consegue gerar em certos formatos. Porém, fraquezas como a baixa frequência de postagens e a subutilização de ferramentas específicas da plataforma evidenciam oportunidades de melhoria. As oportunidades incluem ampliar o uso de reels e carrosséis, bem como diversificar o conteúdo nas editorias abordadas no Instagram. Por outro lado, as ameaças incluem as restrições impostas pelas diretrizes do Instagram e a alta concorrência no ambiente digital.

Diante de todas as observações, confirma-se a hipótese de que o Foco VR adota diferentes estratégias de conteúdo no site e no Instagram, subutilizando alguns recursos específicos da plataforma para fortalecer sua presença com os seguidores, como no caso da utilização de carrosséis nos posts, e deixando de explorar devidamente outros, como os reels, além de adotar uma abordagem repetitiva em relação ao que foi publicado nos stories. Com a proposta esboçada para a reformulação a partir de janeiro de 2025, espera-se que a conta do instagram possa ganhar um novo impulso.

Com base nesses achados, a estratégia proposta para 2025 visa uma presença mais consistente e dinâmica no Instagram, com postagens diárias, incluindo reels, carrosséis e stories interativos. O foco será maior nas notícias locais de Volta Redonda, enquanto o podcast "Pílulas do Foco VR" será promovido de forma destacada nas sextas e sábados. Além disso, o uso de ferramentas interativas, como enquetes, perguntas e menções, será essencial para engajar o público e criar uma interação mais ativa com os seguidores. Em resumo, a proposta é alinhar a frequência de postagens para fortalecer a presença digital do Foco VR e aumentar o engajamento com o público local.

Referências

ALVES, Yago Modesto. **Jornalismo em mídias sociais de imagens instantâneas: as narrativas jornalísticas em formato de stories no Snapchat e Instagram.** Palmas (TO), 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins.

ALVES, Camille Motta. **Igrejas e mídias sociais: um plano de comunicação para o instagram da Igreja Batista Alameda.** Curitiba, 2019. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/65789/TCC%20CAMILLE%20MOTTA%20ALVES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 07 de outubro de 2021.

PROVEZANO, Mérian. **Frequência de postagem nas redes sociais.** 12 fev. 2021. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/frequencia-de-postagem-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 19 set. 2024.

DO LOCUTOR AO TORCEDOR: UMA ANÁLISE SOBRE AS TRANSMISSÕES DE FUTEBOL PELA CAZÉTV

PEIXOTO, M. A.¹; OLIVEIRA, E. J. N.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
malvarengap@gmail.com

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
eduardojorge.com@gmail.com

Resumo: Neste estudo vamos investigar a transformação das transmissões esportivas no Brasil, com ênfase no modelo de streaming adotado pela Cazé TV, um canal no site Youtube, criado pelo influenciador Casimiro Miguel. A partir de uma análise qualitativa, o estudo explora como a plataforma comandada pelo influenciador Casimiro Miguel se diferencia das emissoras tradicionais ao oferecer uma experiência interativa e acessível, que valoriza a participação e o engajamento do espectador. Utilizando conceitos de convergência midiática, prosumerismo e economia da atenção que rompe com a lógica unidirecional e controlada da televisão.

Palavras-chave: Futebol; Jornalismo esportivo; Cazé TV.

1. Introdução

O advento de novas tecnologias de comunicação tem provocado mudanças significativas nas formas como os eventos esportivos são consumidos, sendo possível identificar essas transformações de maneira notável no Brasil, onde o futebol ocupa um papel central na cultura popular. A hegemonia histórica da televisão, sobretudo em mãos de grandes emissoras como a Rede Globo, começa a ser desafiada pelo crescimento de plataformas de streaming e pela influência de produtores de conteúdo digital, que atraem especialmente as gerações mais jovens. Nesse contexto de transição, destaca-se o caso da Cazé TV, um projeto encabeçado por Casimiro Miguel, que adota uma abordagem descontraída e interativa para a transmissão esportiva, propondo um modelo que diverge do formato tradicional televisivo. Ainda que a Cazé TV esteja inserida em um movimento mais amplo de transformações tecnológicas e midiáticas, sua proposta suscita questões sobre o espetáculo esportivo e a relação do público com o conteúdo transmitido.

A problemática central da pesquisa reside, portanto, na análise desse novo paradigma: não se trata apenas de examinar o impacto de um formato alternativo de entretenimento, mas de investigar como um modelo baseado em interatividade e proximidade pode reconfigurar as relações entre audiência, mídia e esporte. O canal, ao abrir espaço para a participação ativa do público por meio de ferramentas como chats ao vivo e memes, introduz uma dinâmica que desafia a postura unilateral das

transmissões tradicionais, nas quais os espectadores desempenham um papel essencialmente passivo.

2. Metodologia

O estudo se baseia em uma abordagem qualitativa, centrada na análise de conteúdo das transmissões da Cazé TV e na observação netnográfica das interações promovidas durante os eventos ao vivo. A pesquisa é complementada por uma revisão bibliográfica fundamentada em autores como Jenkins (2009) e Terra (2015), além de estudos sobre as transformações na mídia esportiva, abordando conceitos como a economia da atenção e o "prosumer" – termo que descreve o consumidor contemporâneo como também produtor de conteúdo.

3. Resultados e Discussão

A partir da combinação de análise de conteúdo e netnografia observa-se que o modelo de streaming da Cazé TV representa não apenas uma alternativa às transmissões tradicionais, mas uma transformação estrutural na maneira como o futebol é consumido. As evidências sugerem que o público valoriza a interação direta, a autenticidade e a possibilidade de participar ativamente da transmissão, características que diferenciam a Cazé TV das emissoras de televisão convencionais, na mesma direção em que Jenkins (2009) aponta sobre esse contexto midiático.

A análise de conteúdo das transmissões da Cazé TV, realizada no período de 2022 a 2023, revela uma linguagem diferenciada e um estilo de narração que contrasta com o formalismo das grandes emissoras. Casimiro Miguel, ao adotar uma postura descontraída e acessível, cria uma experiência que aproxima o espectador do evento, oferecendo um tom de familiaridade que é raro na mídia tradicional. Observou-se que os espectadores respondem positivamente a essa abordagem, destacando o senso de autenticidade e proximidade que a Cazé TV proporciona. Terra (2015) argumenta que o público contemporâneo valoriza a autenticidade e a espontaneidade, e a Cazé TV consegue capturar esses elementos ao promover uma interação constante e envolvente com o público.

Na netnografia realizada durante as transmissões ao vivo, identificou-se um alto nível de engajamento no chat, onde os espectadores compartilham suas opiniões, fazem perguntas e interagem entre si. Esse ambiente interativo promove um sentimento de comunidade e reforça a ideia de pertencimento, algo que é ausente nas transmissões

tradicionais. Para Kozinets (2010), a netnografia permite captar a dinâmica das comunidades online, e na Cazé TV é evidente que o público vê o chat como um espaço de interação coletiva, onde se sentem parte de uma comunidade unida pela paixão pelo futebol. Esse envolvimento intensifica a experiência de consumo, criando uma relação de lealdade que vai além do conteúdo esportivo em si.

A análise dos dados também mostra que o modelo de publicidade da Cazé TV é mais bem aceito pelos espectadores em comparação com o modelo intrusivo das emissoras tradicionais. Ao integrar a publicidade de forma orgânica na narrativa e ao promover patrocinadores que se conectam com o público jovem, a Cazé TV consegue evitar a alienação do espectador, um problema comum na televisão. Scherer e Jackson (2008) sugerem que a publicidade integrada ao conteúdo é mais eficaz e valorizada pelo público, e na Cazé TV, isso é evidente: o espectador vê o patrocinador como parte do evento, e não como uma interrupção. Esse modelo de publicidade favorece a aceitação das marcas, pois estas passam a ser percebidas como apoiadoras de um conteúdo autêntico e popular.

A análise revelou também que a acessibilidade gratuita da Cazé TV desempenha um papel crucial na preferência do público, especialmente em um contexto onde os pacotes de TV por assinatura são limitados a uma parcela economicamente privilegiada da população. Para Barbero (2001), a acessibilidade da mídia é essencial para garantir um consumo inclusivo, e a Cazé TV exemplifica isso ao oferecer uma experiência de qualidade acessível a todos, o que gera grande lealdade e simpatia entre o público.

A netnografia também revelou a criação de uma cultura de memes e conteúdos derivados nas redes sociais em torno da Cazé TV, onde as reações e comentários das transmissões frequentemente se tornam virais. Jenkins (2009) observa que a cultura participativa leva o público a criar conteúdos derivados, e na Cazé TV isso é visível na criação de memes, vídeos e postagens que se espalham nas redes sociais. Esse conteúdo derivado expande a influência da Cazé TV e cria um vínculo cultural com o público, que não apenas assiste, mas contribui ativamente para a popularidade e difusão da plataforma.

Em síntese, a análise dos resultados indica que a Cazé TV atrai o público ao oferecer uma experiência que combina autenticidade, interatividade e acessibilidade. A

plataforma, ao valorizar a participação do espectador e ao promover um ambiente de comunidade, destaca-se como um modelo disruptivo, que redefine a forma como o futebol é consumido no Brasil. Essa transformação aponta para um cenário de crescente relevância do streaming no mercado de mídia esportiva, consolidando a Cazé TV como um caso exemplar de inovação e de resposta às novas demandas de um público digital, engajado e participativo.

4. Conclusões

O estudo sobre a Cazé TV revela uma transformação significativa no cenário da mídia esportiva brasileira, evidenciando o impacto do streaming e da cultura digital no consumo de futebol. A análise dos resultados demonstra que o público valoriza cada vez mais uma experiência interativa e autêntica, que o permite participar e engajar-se com o conteúdo de maneira ativa. Esse novo modelo de transmissão digital, liderado por influenciadores como Casimiro Miguel, reconfigura a relação entre mídia e espectador, tornando-a mais horizontal e colaborativa. Em contraste com a abordagem formal e passiva das emissoras tradicionais, a Cazé TV oferece uma experiência onde o público se sente valorizado e parte de uma comunidade, fortalecendo assim o vínculo emocional entre o espectador e a transmissão.

A Cazé TV exemplifica a cultura de convergência e o fenômeno do "prosumerismo", onde o espectador não apenas consome o conteúdo, mas também contribui ativamente para sua criação e disseminação. Durante as transmissões, o público interage, opina, e até influencia a narrativa, criando uma experiência coletiva que transforma a simples transmissão esportiva em um evento social e cultural (Jenkins, 2009; Toffler, 1980). Esse modelo representa uma ruptura com a lógica unidirecional das emissoras de televisão, que, com suas estruturas rígidas, enfrentam dificuldades para competir com a proximidade e a flexibilidade do streaming. No ambiente digital, a Cazé TV se consolida como um exemplo de mídia acessível, democrática e inclusiva, que desafia o monopólio das grandes redes ao oferecer transmissões gratuitas e envolventes.

Para o público brasileiro, especialmente em um contexto de desigualdade econômica, a acessibilidade do streaming representa uma mudança significativa. A democratização do acesso ao futebol, viabilizada pelo modelo gratuito da Cazé TV, torna o esporte acessível a todos, fortalecendo a cultura esportiva como um bem social

compartilhado. Como argumenta Barbero (2001), a mídia digital tem o potencial de promover uma comunicação mais inclusiva, e a Cazé TV, ao eliminar barreiras econômicas e geográficas, cumpre esse papel de maneira exemplar. Essa acessibilidade, aliada ao tom autêntico e à proximidade com o público, reforça o vínculo da plataforma com os espectadores e contribui para sua popularidade crescente.

A experiência de consumo proporcionada pela Cazé TV também reflete uma mudança nas expectativas do público em relação ao conteúdo esportivo. O espectador contemporâneo valoriza a autenticidade, a espontaneidade e a interação, o que desafia o modelo hierárquico e controlado da televisão tradicional. Em um cenário onde a economia da atenção (Davenport e Beck, 2001) é cada vez mais relevante, as emissoras precisam desenvolver estratégias que capturem e mantenham o interesse do público. No entanto, a Cazé TV, ao oferecer uma experiência diferenciada, que valoriza a comunidade e a participação, se destaca como uma alternativa que responde às novas demandas de um público digital e exigente.

As conclusões deste estudo ressaltam a relevância do streaming e da cultura participativa para o futuro da mídia esportiva. Em um mundo cada vez mais conectado, a expectativa é que os modelos tradicionais se tornem obsoletos se não se adaptarem ao ambiente digital. Assim, a Cazé TV não só representa uma tendência emergente, mas também simboliza o futuro da experiência esportiva, onde o público não assiste, mas vive o evento, tornando-se parte essencial do espetáculo.

Referências

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

DAVENPORT, Thomas H.; BECK, John C. **A Economia da Atenção: Entendendo o Novo Valor do Negócio**. São Paulo: Campus, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETS, Robert V. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. Thousand Oaks: Sage, 2010.

SCHERER, Jay; JACKSON, Steven J. **Globalization, Sport and Corporate Nationalism: The New Cultural Economy of the New Zealand All Blacks**. *International Review for the Sociology of Sport*, International Review for the

Sociology of Sport, v.43, n.4, p.430–449, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1012690210384658>. Acesso em: 17 ago. 2025.

TERRA, Carolina. **Redes Sociais e Comunicação Digital**. São Paulo: Atlas, 2015.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda**. Rio de Janeiro: Record, 1980.

JORNALISTA OU TORCEDOR: OBJETIVIDADE, PARCIALIDADE E RIVALIDADES REGIONAIS NA COBERTURA ESPORTIVA DO FUTEBOL

SOUZA, T. P.¹; SOUZA, R. M.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
tho069982@gmail.com

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar a relação entre a objetividade e a parcialidade no jornalismo esportivo brasileiro, com foco nas rivalidades regionais, especialmente entre clubes do Rio de Janeiro e São Paulo. O estudo é dividido em três capítulos. O primeiro capítulo aborda as origens e a evolução do jornalismo esportivo no Brasil, discutindo a flexibilidade da objetividade nesse campo e a influência das emoções na cobertura de eventos esportivos. O segundo capítulo investiga como o jornalismo contribui para a construção da identidade regional e examina casos de rivalidade no futebol brasileiro, além de considerar o impacto das redes sociais na cobertura esportiva. No terceiro capítulo, é realizada uma análise comparativa entre os veículos "Jornal do Brasil" e "Estado de São Paulo", focando na cobertura de finais do Campeonato Brasileiro em diferentes décadas. A pesquisa revelou que a cobertura esportiva tende a favorecer a imagem das equipes locais, refletindo a parcialidade e a subjetividade presentes no jornalismo esportivo.

Palavras-chave: jornalismo esportivo, objetividade, parcialidade, rivalidades regionais, identidade.

1. Introdução

A objetividade é considerada uma característica fundamental no jornalismo. O jornalista, segundo princípios elementares do ofício, deve noticiar os fatos e acontecimentos buscando a maior proximidade possível com a realidade, evitando que qualquer viés político, ideológico e/ou regional influencie na elaboração de um conteúdo jornalístico. Entretanto, o jornalismo esportivo apresenta mais flexibilidade em relação ao princípio da objetividade. “A dita objetividade jornalística é muitas vezes deixada de lado sem cerimônia no campo esportivo” (LEAL; MESQUITA, 2023). A imparcialidade, outro princípio elementar, também parece ser deixada de lado quando a cobertura jornalística atua na cobertura de confrontos entre equipes de diferentes cidades, regiões ou países (o que em diversos casos ocasiona em críticas a um texto jornalístico que possa ser considerado “clubista” e extremamente parcial). A presente pesquisa está voltada para a “disputa” entre Rio de Janeiro e São Paulo, no âmbito do futebol e da sua cobertura jornalística.

Desde o início do século XX, times de Rio de Janeiro e São Paulo enfrentaram-se em jogos e construíram uma rivalidade, principalmente entre equipes de elite. Além disso, no Brasil houve a Taça Salutaris de 1911, a primeira competição interestadual entre

um time carioca e um time paulista, os quais, naquela ocasião, foram: Botafogo Football Club (que se extinguiu em 1942 para se fundir ao Club de Regatas Botafogo e dar origem ao Botafogo de Futebol e Regatas) e a Associação Atlética das Palmeiras.

A fim de analisar uma possível parcialidade na cobertura esportiva motivada por rivalidades regionais, este artigo propõe analisar a cobertura de confrontos entre equipes do Rio de Janeiro e São Paulo por dois veículos jornalísticos, um paulista e outro carioca, com equivalente relevância no mercado de suas respectivas regiões.

Parte-se da premissa de que o jornalismo esportivo muitas vezes permite maior flexibilidade na exposição de opiniões e na adoção de uma postura menos objetiva do que o jornalismo noticioso tradicional. Com isso, esta pesquisa busca compreender até que ponto essa flexibilidade influencia a cobertura de eventos esportivos envolvendo equipes rivais de diferentes regiões do Brasil.

Por fim, o artigo pretende responder um questionamento: levando em consideração uma suposta parcialidade e a falta de objetividade no jornalismo esportivo, veículos de abrangência estadual (ou que, ao menos, privilegiam o público-alvo do estado onde a empresa jornalística está sediada) tendem a “favorecer” a imagem das equipes de seu estado quando em confrontos com times de outros estados? Concedem-lhes mais espaço, destaque ou valores?

Existe uma suposta liberdade editorial na editoria esportiva que influencia significativamente na escolha das notícias a serem publicadas e como essas notícias serão veiculadas, pois permite uma abordagem mais subjetiva e emocional em relação aos eventos esportivos (NEVES, 2020).

“A paixão é inerente ao esporte, e, por extensão, à atividade do jornalista esportivo” (UNZELTE, 2017, p.15). No meio do jornalismo esportivo, é muito comum que um profissional da área seja torcedor de um time, pois a paixão é um detalhe presente na vida do jornalista esportivo, e graças a isso existe um certo temor vindo de pessoas ligadas ao esporte de que as análises ou opiniões do profissional sejam enviesadas com base no time pelo qual o jornalista supostamente possa torcer (UNZELTE, 2017). A imprensa tem um papel fundamental na construção de uma identidade regional, ao utilizar representações da cultura local para reforçar a identidade regional (FREITAS E MORAES, 2012).

2. Metodologia

A pesquisa toma como objetos jornais impressos das capitais paulista e fluminense – mais especificamente o material jornalístico produzido nas vésperas e após relevantes confrontos entre equipes cariocas e paulistas. O critério de seleção destes veículos leva em conta sua disponibilidade na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (origem das fontes primárias) e a equivalência entre os veículos comparados no que diz respeito à sua relevância perante os respectivos públicos. Considera-se que, para as finalidades da pesquisa, o texto impresso e os recursos gráficos fornecem melhores condições de análise do que, por exemplo, o audiovisual.

Foram selecionados jornais que noticiaram três confrontos decisivos entre paulistas e cariocas, em três momentos distintos. O primeiro diz respeito à decisão da Taça Brasil de 1964, entre Santos Futebol Clube e Clube de Regatas do Flamengo, realizada nos dias 16 e 20 de dezembro de 1964 e vencida pelo Santos; O segundo confronto se refere à final do Campeonato Brasileiro de 1972 entre Sociedade Esportiva Palmeiras e Botafogo de Futebol e Regatas realizada em jogo único no dia 23 de dezembro de 1972, com o Palmeiras se sagrando campeão; E por fim, o terceiro confronto que se refere à decisão do Campeonato Brasileiro de 1983, entre Flamengo e Santos, realizada nos dias 22 e 29 de maio de 1983.

No jornalismo existem os “critérios de noticiabilidade”, que são o que orientam o processo de produção jornalística, desde a escolha dos eventos a serem noticiados até a forma como são apresentados ao público, considerando aspectos como relevância, impacto, interesse público e qualidade da informação (SILVA, 2005).

Para analisar cada cobertura, foram escolhidos critérios da teoria do enquadramento, sendo esses: Seleção e exclusão de informações, observando (1) quais informações foram destacadas e quais foram omitidas; (2) o uso de adjetivos e linguagem utilizada; (3) ênfase e o detalhamento das coberturas; (4) a quantidade de espaço dedicado a cada equipe;

3. Resultados e Discussão

Cobertura da Taça Brasil de 1964 (Santos x Flamengo)

O "Estado de São Paulo" destacou o momento favorável do Santos, que havia vencido a Portuguesa e se consagrado campeão paulista, enquanto o Flamengo vinha de uma derrota para o Botafogo. Essa seleção de informações enfatiza a confiança e a

superioridade do Santos para o jornal, criando uma narrativa que favorece o time paulista.

A linguagem utilizada pelo "Estado de São Paulo" pode ter sido mais positiva em relação ao Santos, utilizando adjetivos que ressaltavam a confiança e a habilidade do time detalhando suas conquistas recentes e a moral elevada da equipe. Por outro lado, a descrição do Flamengo pode ter sido mais neutra ou negativa em certos momentos, focando em suas dificuldades e na pressão que a equipe enfrentava, revelando um claro viés em favor do Santos, com uma seleção de informações que enfatiza suas conquistas e um uso de linguagem que reforça sua superioridade naquele momento da temporada.

Em relação ao "Jornal do Brasil", o veículo dedicou menos espaço à partida da Taça Brasil em comparação com outras partidas de futebol, como a partida entre Bangu e Fluminense, que recebeu mais destaque na edição de 16 de dezembro. Indicando uma possível escolha editorial no qual o enquadramento noticioso priorizava outros jogos em detrimento da final, dando menor importância ao confronto entre Santos e Flamengo naquele momento.

Mesmo sendo um jornal carioca, na cobertura da vitória do Santos, o "Jornal do Brasil" utilizou uma linguagem que exaltava a equipe santista, especialmente ao destacar a atuação de Pelé, que marcou três gols. A escolha de palavras e a ênfase na performance de Pelé e na conquista do título pelo Santos demonstram um viés positivo em relação ao time paulista. Assim como na análise da atuação dos jogadores feita de maneira individual, com mais elogios aos atletas do Santos e críticas aos do Flamengo.

O "Jornal do Brasil" pareceu ter um viés que favorece o Santos, especialmente após a conquista do título. A cobertura não apenas destacou a vitória, mas também contextualizou a importância do resultado para a equipe, mencionando a recuperação do futebol do Santos e sua posição histórica no cenário esportivo.

Cobertura do Campeonato Brasileiro de 1972 (Palmeiras x Botafogo)

Na edição de 23 de dezembro, o Estadão enfatizou a vantagem do Palmeiras, que poderia ser campeão apenas com um empate. Na mesma edição também é possível notar que quando o Botafogo se tornava o foco da cobertura, eram destacados mais

pontos negativos do time, como os desfalques da equipe e a situação financeira na qual o clube se encontrava naquela ocasião.

Na edição seguinte, no entanto, a cobertura se tornou mais neutra, focando no desenrolar da partida e evitando exaltações ao time campeão, o que pode indicar uma tentativa de equilibrar a narrativa. E quando havia uma exaltação e elogios ao time paulista, vinha de forma mais técnica e objetiva, apenas focando em estatísticas e nas atuações de jogadores palmeirenses. Essa mudança na abordagem pode ser vista como uma tentativa de oferecer uma cobertura mais equilibrada após a partida.

No caso do Jornal do Brasil, o veículo adotou uma abordagem que privilegiou o Botafogo, começando a cobertura com uma referência à semifinal do Campeonato Brasileiro de 1971, onde o Botafogo havia se sobressaído em relação ao Palmeiras. Essa escolha de destacar o histórico recente do Botafogo sugere uma tentativa de construir uma narrativa que favorecesse o clube carioca, ao invés de focar diretamente na vantagem do Palmeiras na decisão.

Assim como a linguagem utilizada pelo Jornal do Brasil parece ter sido mais favorável ao Botafogo, dando ênfase em momentos marcantes e na trajetória do time. Essa escolha de palavras e a forma como os eventos foram narrados podem contribuir para criar uma imagem positiva do Botafogo, mesmo diante da derrota. Especialmente no título da matéria “Botafogo empata e dá título nacional ao Palmeiras” na edição de 24 de dezembro, que pode transmitir a ideia de que o Botafogo “cedeu” o título ao adversário, minimizando os méritos do Palmeiras na conquista.

Cobertura do Campeonato Brasileiro de 1983 (Flamengo x Santos)

Na cobertura feita pelo Estado de São Paulo, foi possível notar um enquadramento noticioso que visava enfatizar a perspectiva do Santos, especialmente em sua cobertura inicial. A ênfase e o nível de detalhamento nas coberturas de certa forma estiveram equilibrados, principalmente em edições nas quais o Estado de São Paulo organizou as páginas de maneira simétrica, dedicando espaço igual a ambos os clubes, no entanto, a narrativa continuou a ser influenciada pela perspectiva santista. A inclusão de matérias que abordavam pontos negativos do Flamengo também serviu para contextualizar a partida de uma forma que poderia ser vista como desfavorável ao time carioca.

O principal exemplo disso foi a edição de 29 de maio, em que o veículo trouxe um breve resumo de cada jogador das duas equipes, mesmo que o espaço destinado a Santos e Flamengo fossem iguais, a linguagem utilizada e o teor das análises individuais pendiam para a ótica da equipe paulista, pois era notório que jogadores do Santos não recebiam comentários negativos, omitindo possíveis aspectos negativos dos jogadores santistas, ao contrário dos atletas do Flamengo, que receberam diversas análises com poucos elogios, destacando seus pontos negativos.

Além disso, a derrota do Santos foi tratada de forma mais discreta, com o destaque sendo a promessa de vitória na Libertadores na temporada seguinte. Isso pode indicar uma estratégia de desviar a atenção do resultado negativo para outros assuntos relacionados ao clube, omitindo detalhes da partida e o cenário desfavorável para a equipe santista, e também não citando os méritos da equipe campeã.

No caso do Jornal do Brasil, o veículo focou principalmente nos destaques dos jogadores Serginho (Santos) e Zico (Flamengo), ambos sendo exaltados. No entanto, a menção a Serginho foi mais proeminente, que foi o primeiro a ser mencionado e recebeu uma charge em sua homenagem, mesmo que fosse um jornal carioca. Após a derrota do Flamengo no primeiro jogo da final, o título “Flamengo perde e não terá Mozer na final” parte da ótica do time carioca, e apesar da derrota do Flamengo, a imagem escolhida para a capa foi a do gol do time carioca, o que revela uma escolha editorial que enfatizava o lado carioca, mesmo que o Santos tivesse vencido a primeira partida.

Na edição referente ao título do Flamengo, o jornal optou por usar termos mais provocativos, especialmente com a charge e a publicidade sobre o “Peixe à carioca”, em referência ao Santos. Neste contexto de celebração, a vitória do Flamengo foi amplamente celebrada e ocupou a capa do jornal no dia seguinte, o que é uma escolha que pode enfatizar o triunfo carioca. A comemoração no Rio de Janeiro e a conquista do Flamengo, normalmente restrita à seção de esportes, foi abordada também na seção de cidades, o que mostra a importância dada ao evento pelo veículo. Enquanto a cobertura sobre o Santos após a decisão se concentrou em apenas alguns parágrafos.

4. Conclusões

Este trabalho teve como objetivo identificar possíveis parcialidades e analisar sua relação com a objetividade nas coberturas esportivas levando em consideração uma possível rivalidade regional entre São Paulo e Rio de Janeiro, e tendo como objeto de pesquisa três finais nacionais entre times dos dois estados. Foi possível notar que a parcialidade se faz presente, mas com exceções.

Em 1964, este favorecimento não se fez tão presente, pois foi notado que na cobertura da final da Taça Brasil entre Santos e Flamengo, o caminho esperado era que o Flamengo tivesse mais destaque no veículo carioca, o que não ocorreu, pois o “Jornal do Brasil” deu mais ênfase e destaque para o Santos de Pelé, principal jogador do país. O veículo exaltou o período vitorioso da equipe e a grande atuação de Pelé na decisão, ainda que fosse um veículo do Rio de Janeiro.

Em 1972, a parcialidade se tornou evidente, pois em ambos os veículos o time local recebeu mais destaque, além da equipe adversária ter sido alvo de matérias que omitiram seus pontos positivos e que destacaram seus pontos negativos. Tendo como principais exemplos, o destaque às dificuldades financeiras do Botafogo na cobertura feita pelo “Estado de São Paulo”, e uma possível tentativa de omitir os méritos do Palmeiras na cobertura do “Jornal do Brasil”.

Na cobertura de 1983, a pesquisa ressaltou que o favorecimento regional também se fez presente, com cada veículo exaltando a equipe local e omitindo possíveis destaques positivos da equipe adversária. O que difere tal cobertura da anterior, foi o fato de que enquanto os jornais em 1972 davam menos destaque ao time adversário, em 1983 houve uma tentativa de equilibrar o espaço cedido às duas equipes, no entanto, a linguagem utilizada deixou evidente que o time local era tratado de forma mais positiva em relação ao adversário, geralmente tratado de forma neutra ou até mesmo negativa em certas ocasiões.

Referências

FREITAS, Evandro; MORAES, Ana Luisa Coiro. **Jornal do almoço** – uma análise sobre identidade e diferença cultural. Cadernos de Comunicação, [S. l.], v. 15, n. 2, 2012. DOI: 10.5902/2316882X4718. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/4718>. Acesso em: 19 out. 2024.

LEAL, Daniel; MESQUITA, Giovana Borges. **Entre o objetivo e o subjetivo**: a presença de novos valores-notícia no jornalismo esportivo. 2023. 13 p. Artigo (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, [S. l.], 2023.

NEVES, Thalita. **Noticiabilidade, Valor-notícia e Seleção Noticiosa no Jornalismo Esportivo**. 2020. Artigo (Mestra em Jornalismo e Doutoranda em Comunicação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, [S. l.], 2020.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo. Relatos de uma paixão**. [S. l.: s. n.], 2017.

CACO BARCELLOS E O LIVRO-REPORTAGEM: ANÁLISE COMPARADA DOS PERSONAGENS PRINCIPAIS NAS OBRAS “ROTA 66” E “ABUSADO”**VIDAL, V.G.¹; SOUZA, R.M.¹**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
victorguedesvidal@gmail.com

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
rogerio.souza@foa.org.br

Resumo: “Rota 66” (1993) e “Abusado” (2003) são livros-reportagens escritos pelo jornalista Caco Barcellos, que foram os objetos de estudo desse artigo. O livro-reportagem é a obra na qual o jornalista pode aprofundar mais a apuração, indo além das perguntas do *lead*, abordar mais questões na construção dos personagens, além de uma maior flexibilidade em relação ao tempo para produzi-la, principalmente tendo em comparação o tempo para a produção de notícias no jornalismo diário. Com isso, o foco principal dessa pesquisa trata da forma com que Caco Barcellos utilizou os personagens para relacioná-los com questões da sociedade brasileira. Partiu-se da hipótese de que os personagens refletem questões sobre o Brasil atual, como: violência policial, injustiça social e a guerra urbana nas favelas. O método adotado foi de comparar quatro personagens das obras já citadas, dois de cada livro. A pesquisa tomou por base para a análise autores e estudiosos de personagens e narrativa. Como resultado, a produção demonstrou que o autor constrói seus personagens com a finalidade de, através deles, discutir e apresentar questões da realidade brasileira e representar partes da população envolvidas nessas questões, mesclando técnicas da literatura e do jornalismo para isso.

Palavras-chave: Rota 66. Abusado. Livros-reportagens. Personagens. Jornalismo literário.

1. Introdução

Os livros-reportagens usados nessa pesquisa são o “Rota 66: A história da polícia que mata” (1993), que conta a história de crimes envolvendo os policiais da Rota (Rotas Ostensivas Tobias Aguiar), batalhão de choque de São Paulo, retratando a violência policial. E o outro é “Abusado: Dono do moro Dona Marta” (2003), que narra a história de Juliano VP, personagem que representa Marcinho VP, e a vida na favela com as guerras de poder do tráfico.

A produção partiu da hipótese de que as representações de personagens nas obras “Rota 66” e “Abusado” servem para tratar de temas complexos da sociedade brasileira, como a violência policial, injustiça social e a vida em uma comunidade. Com isso, o autor aponta estes temas através de seus personagens e busca refletir o contexto social em que eles estão inseridos.

A questão principal da pesquisa trata sobre o que os personagens “falam” sobre a realidade brasileira e como o contexto social transformou suas personalidades. O trabalho tem como objetivo principal a comparação dos personagens dos dois livros citados anteriormente. Dissecar cada um deles e apresentar os artifícios literários e as técnicas jornalísticas que o autor usou para construí-los.

As obras de Caco Barcellos vêm sendo objetos de estudos e análises ao longo dos anos, com destaque para as pesquisas voltadas ao campo do jornalismo investigativo e muito pouco além disso. Portanto, essa pesquisa se valida por tentar buscar uma outra perspectiva de um jornalista já muito conhecido.

2. Metodologia

Os personagens são analisados de acordo com sua função na história, seu contexto social e econômico e como isso o influencia, além de ressaltar as técnicas da literatura e do jornalismo convencional que o autor usou para criar os personagens. Sendo quatro personagens ao todo: Franciso Noronha e Eli Nepomuceno, ambos de “Rota 66”, Juliano VP e Júlia Mandarin, ambos de “Abusado”.

3. Resultados e Discussão

A forma como Caco escreve seus personagens é com o uso de diálogos, construções de cena e narrando os seus hábitos, métodos da literatura. Características presentes no modo de escrita do “Novo Jornalismo”, que influenciou as obras do autor. Tom Wolfe (2005) indica métodos de caracterização de personagens como: construção cena a cena, registro de diálogos completos, ponto de vista da terceira pessoa e registro de hábitos e costumes.

Tipos de personagens:

Coimbra (1993) classifica em cinco os tipos de personagens em relação à composição:

- a. Personagem plana: que seria uma personagem construída unilateralmente em torno de apenas uma só ideia, sua personalidade não se altera durante toda a obra.
- b. Personagem redonda: tem uma personalidade multifacetada, possuindo profundidade e com mudanças durante toda a obra.
- c. Personagem referencial: são personagens que, já são conhecidos de alguma forma pelo leitor, pois estão na mesma cultura a que os leitores pertencem.
- d. Personagem anáfora: ao contrário do personagem referencial, o leitor só irá conhecer esse tipo de personagem ao conhecer a obra.

e. Figurante: não tem função na obra, servindo apenas como forma decorativa. Agora, partindo para a análise dos personagens:

3.1 Francisco Noronha

Caco Barcellos usa de descrição para apresentar ao público o pensamento e o modo de vida do personagem. Com o uso da narrativa não linear, o autor intercala entre a ação da perseguição de carro, que é onde o personagem é apresentado, para mostrar como é vida do personagem com sua família e amigos. Característica do método de escrita da literatura para fazer com que o público “simpatize” e conheça o personagem. O jornalista segue a lógica da escrita indireta, e não na escrita direta como dita o jornalismo. Um outro detalhe, é que o repórter não usa o conceito de pirâmide invertida, nesse caso os três rapazes, que estão sendo perseguidos pela Rota, seriam o “quem” e deveria começar uma narrativa jornalística explicando a situação. Em vez disso, ele preza pela subjetividade e pela ação da perseguição como forma de prender o leitor.

Nos últimos momentos de vida do personagem, o repórter usa da dramaticidade e da descrição cena a cena para que o leitor consiga imaginar e se sentir impactado com a morte do personagem. Francisco Noronha é um personagem plano, mesmo tendo sido apresentado seus pensamentos o personagem não sofre nenhuma mudança no decorrer de sua história.

3.2 Eli Nepomuceno

Os policiais não apresentam profundidade psicológica, nem é apresentado como é seu núcleo familiar ou de amigos, fazendo sentido com o intuito do livro que é apenas investigar os crimes dos agentes da Rota e contar histórias das vítimas.

Então, o autor escolhe deixar os policiais como personagens planos, visto que o foco não é o aspecto psicológico dos policiais, mas o que eles representam, sendo a violência contra a população periférica. Nesse capítulo, a narração é de forma direta, sem que haja momentos que intercale com outra passagem de tempo. Portanto, lembrando o modo de escrita do jornalismo convencional.

Outro fator importante nesse capítulo¹, é como foi narrada a história. De acordo com Gancho (2006) pode haver, no modo de narrar em terceira pessoa, duas vertentes: o

¹ Capítulo 10 “Crime sem castigo”, página 121.

narrador intruso, que julga os comportamentos dos personagens, e o narrador parcial, onde o autor pode se identificar com um personagem e esse ganhar mais espaço na história. Nesse capítulo, o foco narrativo foi feito em terceira pessoa do tipo de narrador intruso. O estilo dessa narração é característico da literatura onde o autor coloca sua visão na história, diferentemente de um viés jornalístico onde predomina o discurso de neutralidade.

O autor opta pela escrita direta do jornalismo, com poucos diálogos envolvendo o policial. Nepomuceno, como personagem, assume um papel de avatar da Rota, influenciado pelo ambiente policial da época e com a certeza da impunidade de seus crimes.

3.3 Juliano VP

Primeiramente, Juliano VP é a representação de Marcinho VP no livro “Abusado”. Marcinho VP² foi um dos mais famosos traficantes do Rio de Janeiro durante a década de 1990. A favela em que virou chefe é a Santa Marta, localizada na zona Sul do Rio de Janeiro. O autor usou um artifício literário como forma de não precisar revelar nomes reais de personagens, algo que não poderia ser feito em uma matéria jornalística, já que a exatidão do personagem tem que ser priorizada.

Para representar o personagem, o repórter utilizou de técnicas ligadas ao jornalismo como entrevistas com pessoas da favela, amigos do traficante e o próprio Marcinho VP para criar o personagem Juliano VP e reconstituir histórias marcantes da favela Santa Marta. O personagem, de acordo com Lima (2004) é caracterizado como sendo uma representação do real, o autor buscou em Juliano VP retratar o traficante real.

O autor explora a dualidade através de Juliano VP, com suas escolhas de ídolos indo de padres a traficantes. Além de, ser alguém ligado a arte, é mostrado em diversos momentos Juliano VP com um saxofone pendurado em um ombro e uma arma pendurando no outro. Isso demarca dois lados do traficante, o lado do chefe do tráfico do morro Dona Marta e o lado que gosta de música e cinema. Com isso, ressaltando características que não eram comuns na representação de um traficante na mídia.

2 A sigla “VP” vem de uma brincadeira que Juliano fazia com seus amigos na infância. Sempre que alguém perdia em um jogo, o vencedor chamava o outro de “viado putu”. Juliano gostava de falar essas palavras e com o tempo os amigos apelidaram ele de VP, as iniciais de “viado putu”. O próprio Juliano “adotou” essas iniciais como parte de seu nome.

Juliano VP, como o próprio fala em diversos momentos do livro está no “lado certo da vida errada”. A parte do traficante, remete a “vida errada”, mas o seu foco é na melhoria de sua comunidade e no bem-estar da população, sempre recorrendo primeiro ao diálogo, e com isso estando no “lado certo”. Com essas características, Juliano ganha contornos de um anti-herói. “Heróis trágicos, figuras centrais de uma história que podem não ser agradáveis ou admiráveis e cujas ações possamos até achar hediondas” (VOGLER, 2015, p. 74).

De acordo com as classificações de Coimbra (1993), Juliano VP é um personagem redondo, sendo sempre multifacetado. Também é um personagem anáfora, que sempre surpreende o leitor. Além de se caracterizar como um anti-herói.

3.4 Júlia Mandarinó

Júlia, como personagem, funciona como os “olhos” para os leitores entenderem as dificuldades de pessoas que moram na favela. Caco usa a personagem para retratar as condições de vida das pessoas morando na favela. “Ela nunca havia entrado numa favela antes de subir as escadarias que pareciam intermináveis e exigiam um esforço enorme para vencer os degraus com alguns com meio metro de altura” (BARCELLOS, 2011, p. 315).

Por meio de Júlia vemos como é a situação de uma comunidade e o impacto cultural de alguém que nunca entrou em uma favela. “Júlia demorou a se acostumar a não ter telefone em casa e a falta de água e luz durante várias horas do dia. No início ficou impressionada sobretudo com a quantidade de ratos pelas áreas de circulação de crianças e adultos” (BARCELLOS, 2011, p. 316). Coisas que não seriam consideradas normais para a maioria, mas para quem mora na favela era visto como normal, e por isso o espanto de Júlia, assim como para a maioria dos leitores.

Além disso, a personagem muda ao longo de seu capítulo³, no início não queria ir para a favela e teve dificuldades em se adaptar ao cotidiano na comunidade longe de seus amigos e familiares, porém ao longo da narrativa ela foi mudando, tendo até um relacionamento com Ta Manero, um traficante amigo de Juliano VP.

A personagem da Júlia, mostra como é o tráfico para pessoas que não estão em contato com ele. Representa também os parentes que perdem seus filhos e filhas para a guerra ao tráfico que não tem fim. Em suma, a Júlia como personagem é complexa,

³ Capítulo intitulado “Cansei de ser otária” na página 313.

sua mudança de uma pessoa que nunca foi em uma favela, para alguém que gostava da vida na favela, mesmo com os seus percalços, chegando até a se relacionar com um bandido. Júlia configura-se como uma personagem anáfora, quando só pode ser compreendida ao final de sua história, passando por várias mudanças.

4. Conclusões

Através dos tópicos abordados, é possível responder à questão central do trabalho, que visa analisar a hipótese de que os personagens dos livros “Rota 66” (1993) e “Abusado” (2003), representariam a complexidade de questões sociais do Brasil, como violência policial, desigualdade social e a guerra urbana nas favelas. Os personagens são representações desses temas, e a pesquisa analisou a forma como o autor os representou nos livros-reportagens.

Com as análises dos personagens feitas, é possível afirmar que Caco Barcellos de fato expõe as mazelas da sociedade brasileira através de seus personagens. Juliano VP, pela falta de oportunidades vai para o mundo do crime, representando ainda muitos jovens de periferia. O personagem de Francisco Noronha foi vítima da violência policial, na qual não teve nenhuma punição para seus executores. O policial Nepomuceno não é abordado por seu aspecto psicológico nem sua personalidade. Diferente dos outros personagens, ele funciona apenas para ser um “avatar” da Rota, representando a violência do Estado. E, por último, Júlia, personagem que representa as pessoas que perdem familiares na guerra urbana do tráfico nas favelas.

Em relação aos objetivos estipulados, o trabalho mostrou as diferenças nas abordagens de cada personagem na escrita do autor, ressaltando as técnicas literárias usadas e apontando características do jornalismo convencional nas obras e na construção dos personagens. Compreendeu também a relação que a literatura tem para o jornalismo desde a sua criação, passando por autores, jornais, revistas e movimentos importantes para o gênero.

Enfim, a análise das duas obras demonstra que o autor escolhe e constrói seus personagens buscando discutir questões importantes da nossa sociedade. Os personagens representam pessoas reais que estão inseridas nesses contextos. O jornalista busca levar essas discussões, por meio dos livros-reportagens, para pessoas que vivem realidades diferentes, como aquelas que nunca entraram ou moraram em uma comunidade, ou que nunca sofreram nenhum tipo de violência policial. Desta forma, seus livros ampliam estas discussões para todo o Brasil.

Referências:

BARCELLOS, Caco. **Abusado: O dono do morro Dona Marta**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

BARCELLOS, Caco. **Rota 66: A história da polícia que mata**. Rio de Janeiro: Record, 2022.

BEZERRA, Thiago. **A polícia como fonte e personagem: Uma análise de A Sangue Frio e Rota 66**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro Universitário de Brasília (UnICEUB), Brasília, 2006. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/1492>. Acesso em: 08. ago. 2024.

BRAIT, Beth. **A personagem**. São Paulo: Editora Contexto, 2017.

CARNEIRO, Karoline. **Radical Chic e o Novo Jornalismo: Influências literárias e reinvenção do jornalismo americano nos anos 1960**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.

DOMINGUEZ, Juan de Moraes. **A ficção do Novo Jornalismo nos livros-reportagens de Caco Barcellos e Fernando Morais**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4488>. Acesso em: 11 ago. 2025.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. Rio de Janeiro: Companhia da Letras, 2005.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

VISÕES ALÉM DO ESTILO: UM ESTUDOS DAS TENDÊNCIAS PUBLICITÁRIAS NAS CAMPANHAS DAS CAPAS DA VOGUE BRASIL

ALVES DE PAULA, E.; SILVA, H. L

1 –UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
emanuelledepuala.alves@gmail.com

Resumo: Partindo da premissa que o consumidor tem demandado mudanças em relação à representatividade, o presente trabalho procurou discutir eventuais adaptações da revista Vogue a partir de suas capas mais atuais. Dessa forma, procurou-se avaliar se essas capas apresentam visibilidade para a diversidade em termos de aspectos étnico-raciais, de identidade de gênero e de corpos, durante o período compreendido entre 2020 e 2023. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica, assim como uma pesquisa documental nos próprios materiais da revista. Com a análise, notou-se certa evolução da Vogue em sua representação de beleza em termos de diversidade. Anteriormente criticada por promover padrões de beleza inatingíveis, visualizou-se que a revista tem ampliado suas narrativas visando celebrar a diversidade através de capas que destacam modelos de diferentes origens étnico-raciais, tamanhos e identidades de gênero. Porém, em alguns itens pesquisados, há ainda uma notável sub-representação, como no caso dos corpos gordos, com menos de 5% de modelos presentes nas capas.

Palavras-chave: Vogue Brasil. Capa. Moda. Consumidor. Representatividade

INTRODUÇÃO

Arthur Baldwin e Harry McVickar se uniram em 1892 para apresentar artigos de moda, tendo como público ideal a alta classe de Nova Iorque, com ensinamentos sobre estilo de vida e arte. Nascia aí a revista Vogue. Em 1909, o empresário e comunicador Condé Montrose compra a empresa, convertendo a publicação em uma reprodução de retratos de vestidos usados na semana de alta costura de Nova Iorque. Como consequência, a marca se destacou como um produto atrativo para o público feminino, transformando a moda em um grande objeto de desejo.

Ainda hoje a revista se mantém e é reconhecida como a mais famosa publicação de moda do mundo, de acordo com a Condé Nast (2024). A Vogue sempre se destacou como grande influenciadora no estilo de vida e consumo do público. Ao longo da sua trajetória, identifica-se um alto fluxo de capas e modelos, marcadas por uma estética voltada para uma representação eurocêntrica.

A partir disso, nota-se que com o avanço da globalização e a mudança de valores sociais, a Vogue vem sofrendo alterações com base no comportamento do público consumidor, com o objetivo de se comunicar com uma camada maior do público contemporâneo, resultando em uma linguagem visual mais inclusiva e representativa.

Diante disso, o estudo foi feito tendo como recorte os anos de 2020 a 2023, apostando-se em transformações que marcaram o período de estudo, sendo elas a evolução da Vogue quando se trata de beleza em termos de diversidade, isso porque anteriormente vinha sendo criticada por promover padrões de beleza inatingíveis. Com isso, a revista teria ampliado suas narrativas visando celebrar a diversidade através de capas que destacariam cada vez mais modelos de diferentes origens étnicas, tamanhos e identidades de gênero.

O trabalho conta como principal objetivo identificar as principais características abordadas pela Vogue com o intuito de compreender se ela se tornou ou não representativa durante os anos de estudo, avaliando as mudanças e continuidades nas abordagens.

Esse estudo ganha relevância na medida em que busca fornecer uma visão mais clara de como a Vogue promove uma construção das capas e como elas têm ligação com as tendências de consumo na sociedade atual.

Assim, a realização desta pesquisa fundamenta-se na importância da análise das metodologias e das pesquisas de tendências para a Publicidade e consumo de moda no Brasil. O estudo aborda a relação do consumo e moda diante o comportamento do consumidor contemporâneo, passando pela história da Vogue e realizando a análise das capas, no qual cada item analisado aborda diferentes tipos de representatividade, como origens étnicas, corpos reais e identidade de gênero.

A pesquisa documental foi essencial para a coleta de materiais publicitários da Vogue Brasil. Além disso, a análise de documentos internos da revista, como diretrizes editoriais, foram significantes para fornecer *insights* sobre as estratégias por trás das capas tendo como principal fonte a “Editora Globo Condé Nast”, incluindo documentos de arquivo da Vogue, como edições anteriores da revista e relatórios de tendências.

MÉTODOS

O trabalho teve pesquisas iniciais sobre o comportamento do consumidor, além de discorrer sobre os marcos na história da Vogue. A primeira parte tem como referência do professor Philip Kotler sobre o comportamento do consumidor divulgado no ano de 2009, Canclini (2015), Maslow (1970), a empresa WGSN Brasil, entre outros.

Levando em consideração dados sobre comportamento do consumidor contemporâneo análogo as pesquisas feitas sobre a revista Vogue, o trabalho segue

rumo de compreender as principais características abordadas pela Vogue com o intuito de compreender se ela se tornou ou não representativa durante os anos de 2020 a 2023, avaliando as mudanças e continuidades nas abordagens nas capas. Para complementar o estudo, foi necessário trazer referências, como as autoras Martins e Pasqualinotto (2017), que propõem uma análise baseada em diversidade de modelos pretas presentes na capa da Vogue entre 2013 e 2016. Além disso, utilizou-se dados do IBGE, a fim de compreender como as pessoas se classificam em termos étnico-raciais, também da Associação Brasil *Plus Size* (ABPS), para enriquecer as informações em números a fim de compreender a relação entre mulheres com corpos reais nas capas Vogue Brasil *versus* mulheres que se consideram *Plus size* no Brasil, garantindo maior assertividade no grau de representatividade. Já a busca para melhor compreensão do tópico sobre a identidade de gênero, foi baseada nos estudos da autora Judith Butler (1990), referência na área e fundamental para a interpretação da pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao observar as capas da Vogue Brasil, nota-se que, em relação aos aspectos étnico-raciais, identificou-se que de 70 modelos presentes nas capas analisadas, 37 pessoas eram identificadas como brancas e 26 como pretas/ pardas, 5 como indígenas e 2 orientais, o que sugere um esforço por representatividade para além da representação do padrão de beleza eurocêntrico, característica principal da revista desde que foi lançada em 1892. A presença de modelos de diferentes etnias é um posicionamento estratégico que busca romper com a tradição de representações racialmente homogêneas no mercado editorial de moda. Este tipo de escolha é especialmente relevante no contexto brasileiro, um país que possui uma vasta diversidade étnica, mas que, paradoxalmente, ainda sofre com a sub-representação de grupos minoritários, especialmente em espaços de prestígio e visibilidade midiática. A diversidade de modelos na capa sugere um passo, ainda que outros sejam necessários, em direção à valorização e inclusão de diferentes etnias, promovendo um ideal de moda acessível e representativa.

Além das questões étnico-raciais, a discussão sobre a inclusão de corpos reais nas capas da Vogue Brasil entre os anos de 2020 e 2023 parece ser uma parte central do esforço da revista em se conectar com tais demandas contemporâneas por diversidade e representatividade. Historicamente, revistas de moda foram críticas por

perpetuar um padrão de beleza restrito, geralmente eurocêntrico, magro e jovem. No entanto, nos últimos anos, a Vogue Brasil tem se esforçado para expandir essa visão, promovendo a aceitação e a celebração de diferentes tipos de corpos.

Segundo dados da Associação Brasil *Plus Size* (ABPS), 110 milhões de brasileiros vestem manequim a partir de 46, o que corresponde a mais da metade da nossa população (formada por 203 milhões). O mercado *plus size* no Brasil movimentou R\$ 9,6 bilhões em 2021 e estima faturar R\$ 15 bilhões até 2027.

A análise revela um panorama da representação de diferentes tipos corporais nas capas da Vogue Brasil entre 2020 e 2023, destacando a predominância de corpos magros em comparação com corpos gordos. No total, foram 133 capas analisadas neste viés ao longo do período de estudo, das quais 127 (95,5%) apresentaram corpos magros, enquanto apenas 6 (4,5%) retrataram corpos gordos. Esses números evidenciam uma prevalência significativa de corpos magros, refletindo os padrões tradicionais de beleza que ainda dominam a indústria da moda.

Em 2020, foram publicadas 24 capas, das quais 22 apresentavam corpos magros e apenas 2 mostravam corpos gordos. Essa pequena presença de corpos gordos aponta para uma tentativa de diversificação nas representações corporais. No ano seguinte, em 2021, o número total de capas aumentou para 31, com 30 representando corpos magros e somente 1 retratando um corpo gordo. Isso demonstra uma redução na já limitada inclusão de corpos gordos, apesar do crescimento do número de capas publicadas.

Em 2022, a revista publicou 37 capas, sendo 36 de corpos magros e apenas 1 de corpo gordo, o que indica uma manutenção do baixo nível de representatividade de corpos gordos. Mesmo com o aumento constante do número de capas, a inclusão de corpos fora dos padrões de magreza se manteve quase inexistente. Por fim, em 2023, houve uma leve melhoria, com 2 corpos gordos em um total de 41 capas, mas, ainda assim, 39 capas continuaram a priorizar corpos magros. Essa análise sugere que, embora a Vogue Brasil tenha dado pequenos passos em direção à inclusão de corpos diversos, os corpos magros ainda dominam amplamente o espaço visual das capas.

A moda, como prática cultural, tem o poder de moldar representações sociais e discursos sobre identidade. Ao analisar as capas da Vogue Brasil entre 2020 e 2023, é possível perceber uma crescente tentativa de inclusão e diversidade, refletindo mudanças nas normas sociais e debates contemporâneos sobre identidade de gênero.

Segundo Judith Butler (1990), o gênero é uma performance socialmente construída, que não corresponde a uma essência natural, mas a um conjunto de atos repetidos que conformam as normas sociais. Sob essa perspectiva, as capas de revistas de moda, ao apresentar certos corpos e identidades, participam ativamente da construção dessas performances. A análise das edições da Vogue Brasil nesse período revela que, embora tenha havido um esforço para incluir pessoas com expressões de gênero variadas, ainda prevalece uma tendência a reforçar padrões de beleza tradicionais, que associam o gênero a certos estereótipos.

A inclusão de identidades trans e não-binárias nas capas da Vogue pode ser vista como um avanço em termos de visibilidade. No entanto, como observa Connell (1995), as representações de gênero frequentemente reproduzem a masculinidade e feminilidade hegemônicas. Assim, mesmo quando corpos trans ou não-binários aparecem, eles são muitas vezes representados de maneira a se conformar aos padrões binários de gênero, em vez de desafiar as normas estabelecidas. Isso sugere que, embora as representações estejam mudando, a indústria da moda pode estar apenas assimilando novos corpos sem, necessariamente, questionar as normas subjacentes (GILL, 2007).

Em síntese, as capas da Vogue Brasil entre 2020 e 2023 refletem tanto o avanço quanto as limitações da moda no que diz respeito à inclusão de identidades de gênero diversas. Embora representem uma mudança importante ao dar visibilidade a grupos historicamente marginalizados, essas representações ainda precisam ser analisadas criticamente para entender se estão promovendo uma inclusão genuína ou se apenas perpetuam o que Butler (1990) chama de "normas de gênero performativas" que reafirmam a ordem social dominante.

CONCLUSÕES

Partindo da premissa que o consumidor tem demandado mudanças em relação à representatividade, o presente trabalho procurou discutir eventuais adaptações da revista Vogue a partir de suas capas mais atuais. Dessa forma, procurou-se avaliar se essas capas apresentam visibilidade para a diversidade em termos de aspectos étnico-raciais, de identidade de gênero e de corpos, durante o período compreendido entre 2020 e 2023.

Em síntese, as capas da Vogue Brasil desse período refletem tanto o avanço quanto as limitações da moda no que diz respeito à inclusão de corpos gordos e de

identidades de gênero diversas. Apesar de, por exemplo, dar visibilidade a modelos *plus size*, das 133 modelos nas capas publicadas ao longo desse período, apenas 6 retrataram corpos gordos, evidenciando a prevalência significativa de corpos magros, refletindo os padrões tradicionais de beleza que ainda dominam a indústria da moda. Embora representem uma mudança importante ao dar visibilidade a grupos historicamente marginalizados, como no caso das capas dedicadas às *drags* Pablo Vittar e Glória Groove, essas representações ainda precisam ser analisadas criticamente para entender se estão promovendo uma inclusão genuína ou se apenas perpetuam o que Butler (1990) chama de "normas de gênero performativas" que reafirmam a ordem social dominante.

Em relação aos aspectos étnico-raciais, identificou-se que de 70 modelos presentes nas capas analisadas, 37 pessoas eram identificadas como brancas e 26 como pretas/pardas, 5 como indígenas e 2 orientais, o que sugere um esforço por representatividade para além da representação do padrão de beleza eurocêntrico, característica principal da revista desde que foi lançada em 1892. A presença de modelos de diferentes etnias é um posicionamento estratégico que busca romper com a tradição de representações racialmente homogêneas no mercado editorial de moda. Este tipo de escolha é especialmente relevante no contexto brasileiro, um país que possui uma vasta diversidade étnica, mas que, paradoxalmente, ainda sofre com a sub-representação de grupos minoritários, especialmente em espaços de prestígio e visibilidade midiática. A diversidade de modelos na capa sugere um passo, ainda que outros sejam necessários, em direção à valorização e inclusão de diferentes etnias, promovendo um ideal de moda acessível e representativa.

Ademais, diante dos resultados obtidos e das reflexões realizadas, a expectativa é de que este trabalho contribua para os estudos relacionados ao consumo e para as estratégias de comunicação em revistas como a Vogue. A partir disso, propõe-se a realização de uma pesquisa mais aprofundada sobre a presença da Vogue no mundo digital e sua relação com o público consumidor nas redes sociais para analisar os impactos positivos e negativos gerados pelo uso dessa ferramenta, com o intuito de compreender se a representatividade também acontece no ambiente *online*.

Contudo, é finalizada a pesquisa com inúmeras informações que foram reveladas a partir da análise, a fim de motivar novos estudos e uma compreensão mais avançada

dos impactos que a revista Vogue podem causar no comportamento de consumo e na representatividade de um grupo específico.

REFERÊNCIAS

ANGELETTI, Norberto; OLIVIA, Alberto. **In Vogue: The Illustrator History of the World's Most Famous Fashion Magazine**, New York: Rixxoli Internacional Publications, Inc., 2012.

BARTHES, R. **O Sistema da Moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes - POD, 2009.

BURKE, P. **Testemunha Ocular: história e imagem**. 3. ed. São Paulo: EDUSC, 2005.

BUTLER, Judith. **Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity**. New York: Routledge, 1990.

BRAGAGLIA, Ana Paula. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo. vol.7 n.19 p.107-124 jul.2010

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Lívia & CAMPBELL, Colin (Org). **Consumo, cultura e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução Maurício Santana Dias. 8. ed. 2. reimpr. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015. p. 34

CONDE NAST. **Vogue Brazil**. Disponível em: <https://www.condenast.com/about> Acesso: 03 de jun. 2023.

ELMAN, Débora. **Jornalismo e estilo de vida: o discurso da revista Vogue**. Rio Grande do Sul. 2008. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/13423/000644605.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 ago. 2024

FRASER, Nancy. **Justice Interruptus: Critical Reflections on the "Postsocialist" Condition**. New York: Routledge, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução: Maria Lúcia Machado- 10ª edição, São Paulo: Companhia das Letras, 2007. LIPOVETSKY. **A terceira mulher**. Companhia das Letras, 2007.

MARTINS, Ana Caroline Siqueira; PASQUALINOTTO, Julia Rosolino. A presença de modelos negras na revista Vogue Brasil - uma análise comparativa (2009-2012 e 2013-2016). 5º CONTEXMOD | Congresso Científico Têxtil e Moda, São Paulo, v. 4, n. 5, 2017. Disponível em: < <http://contexmod.net.br/index.php/quinto/article/view/579> >.

MEARS, Ashley. **Pricing Beauty: The Making of a Fashion Model**. Berkeley: University of California Press, 2011.

MENDES, Dorkas Brandão; Corpo feminino, negro e gordo nas capas da Vogue – UFT; 2023; Disponível em: <https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/5819/1/Dorkas%20Brand%c3%a3o%20Mendes%20-%20Disserta%c3%a7%c3%a3o.pdf>

MENEGUETE, Andréia. **Vogue Brasil e sua relação afetiva e emocional com a leitora**. São Paulo, 2012.

PINA, Bárbara Maria de. **A construção de imagem de marca da Vogue**. 2016. 147 f. Monografia. (Bacharel em Comunicação Organizacional) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

PLUS SIZE BRASIL. *Relatório do Mercado Plus Size 2022*. 2022. Disponível em: <https://www.plussizebrasil.com.br/relatorio22mercadoplusize>.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Bookman. 2016.

SPROLES, G. Analyzing fashion life cycles: principles and perspectives. *Journal of Marketing*, v. 45, n. 4, p. 116-124, 1981.

TARQUINI, Jorge. O Brasil é um caldeirão de cultura, riquíssimo em criatividade. *Trendings*. 2021. Disponível em: <https://trendings.com.br/entrevista/o-brasil-e-um-caldeirao-de-cultura-riquissimo-em-criatividade-diz-diretora-da-vogue-brasil/>. Acesso em: 21 ago. 2024.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Futura, 2003.

VOGUE Brasil. *Vogue Hope: Por trás das quatro capas da nossa edição de setembro*. 2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2020/09/vogue-hope-por-tras-das-quatro-capas-da-nossa-edicao-de-setembro.html>. Acesso em: 11 out. 2024.

WINTOUR, Anna. Honoring the **120th Anniversary: Anna Wintour Shares Her Vogue Story**. *Vogue US*. 14, agosto de 2012. Fashion. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/anna-wintour-on-her-first-vogue-cover-plus-slideshow-of-her-favorite-images-in-vogue>. Acesso em: 19 ago. 2024

VOGUE by the Decade. VOGUE. Estados Unidos. Vogue Youtube. 2017 (3:58). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eE5vFvt0DN0>. Acesso em: 19 ago. 2014.

WGSN. O futuro das redes sociais para marcas e consumidores com base no entretenimento. 2023. Disponível em: <https://www.wgsn.com/pt/blogs/wgsn-mindset-etiktok-o-futuro-das-redes-sociais-para-marcas-e-consumidores-com-base-no>. Acesso em: 05 de jun. 2024.

DA ERVA DO DIABO A CANNABIS: TRANSFORMAÇÃO DA PERCEPÇÃO MIDIÁTICA DO JORNAL O GLOBO

OLIVEIRA, M. C; CANAVEZ, L.

1 –UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
mariacecilia.mm@gmail.com

Resumo: Este estudo analisa a representação da cannabis na sociedade brasileira e a influência dos meios de comunicação, com foco no jornal *O Globo*. Baseando-se nas teorias de Agenda Setting e Espiral do Silêncio, investiga-se como as narrativas midiáticas moldam a opinião pública e influenciam o debate sobre políticas públicas e a aceitação social da cannabis medicinal. A pesquisa, de caráter exploratório, qualitativo e descritivo, aborda a trajetória da cannabis no Brasil, desde sua demonização como "erva do diabo" até seu reconhecimento terapêutico. Utilizando fontes bibliográficas, o estudo examina os impactos das narrativas na formação de percepções sociais e no fortalecimento do debate sobre o canabidiol. Os resultados mostram que os meios de comunicação desempenham papel central na mudança de percepção pública, contribuindo para maior aceitação da cannabis medicinal. Conclui-se que as teorias utilizadas são essenciais para compreender o impacto dessas narrativas nas políticas públicas e na percepção social da cannabis.

Palavras-chave: Cannabis, Comunicação, Opinião Pública, Agenda Setting, Espiral do Silêncio.

Abstract: This study analyzes the representation of cannabis in Brazilian society and the influence of the media, focusing on the newspaper *O Globo*. Based on the theories of Agenda Setting and Spiral of Silence, it investigates how media narratives shape public opinion and influence debates on public policies and the social acceptance of medicinal cannabis. The research, exploratory, qualitative, and descriptive in nature, examines the trajectory of cannabis in Brazil, from its demonization as the "devil's weed" to its recognition as a therapeutic resource. Using bibliographic sources, the study explores the impacts of media narratives on the formation of social perceptions and the strengthening of discussions about cannabidiol. The findings reveal that the media plays a central role in changing public perceptions, contributing to the broader acceptance of medicinal cannabis. It concludes that the applied theories are essential to understanding the impact of these narratives on public policies and social perceptions of cannabis.

Keywords: Cannabis, Communication, Public Opinion, Agenda Setting, Spiral of Silence.

1. Introdução

A mídia desempenha um papel crucial na formação de percepções sociais, moldando narrativas que influenciam o debate público. No caso da cannabis medicinal, o impacto da comunicação é evidente, com veículos como *O Globo* alternando entre destacar os avanços científicos do canabidiol (CBD) e reforçar estigmas históricos. Essa dualidade reflete a influência da mídia na aceitação social e na formulação de políticas públicas sobre o tema.

O canabidiol, reconhecido por suas propriedades terapêuticas no tratamento de doenças como epilepsia e dores crônicas, ainda enfrenta resistência social, muito devido às representações midiáticas. A teoria da Agenda Setting e a Espiral do Silêncio (NOELLE-NEUMAN, 2017) explicam como a mídia prioriza certos aspectos, enquanto silencia outros, definindo o que é amplamente discutido e moldando a opinião pública sobre a substância.

No caso do jornal *O Globo*, as escolhas editoriais demonstram uma narrativa ambivalente: ora destacando os benefícios do CBD, ora reforçando preconceitos. Essa abordagem influencia diretamente a percepção social e evidencia o poder da comunicação em perpetuar ou transformar estigmas.

Gramsci (2007) argumenta que a hegemonia ocorre quando a classe dominante consegue convencer as demais classes de que seus interesses são universais, e não apenas os de uma minoria privilegiada. Isso é feito por meio das instituições culturais, como a mídia, o sistema educacional, a religião e outras formas de produção e disseminação de ideologia.

Entende-se, portanto, que a comunicação ética e baseada em evidências científicas é essencial para desconstruir preconceitos e promover avanços no debate sobre a cannabis medicinal. O papel da mídia vai além da informação, podendo ser um agente de transformação social e regulatória.

2. Metodologia

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, utilizando a análise de conteúdo como principal técnica para a coleta e interpretação dos dados. Foram analisados conteúdos jornalísticos de jornais, revistas e sites de notícias sobre a cannabis, com foco no período de 10 anos. O objetivo foi examinar como o tema é abordado pela mídia e como as narrativas se alinham ou contrastam com as teorias da Agenda Setting,

Espiral do Silêncio e Opinião Pública. A seleção dos materiais se deu pela relevância e abrangência, garantindo uma visão representativa da forma como a cannabis é retratada nos meios de comunicação.

O trabalho concentrou-se em um estudo de caso específico, com a análise das reportagens e artigos publicados pelo jornal *O Globo*. A escolha desse veículo se deu pela sua ampla circulação e influência na formação da opinião pública no Brasil. A partir dessa análise, foi possível identificar como as pautas relacionadas à cannabis são construídas e quais discursos dominam as publicações, permitindo uma discussão mais detalhada sobre o impacto da mídia na sociedade, dentro das teorias da Agenda Setting e da Espiral do Silêncio.

3. Resultados e Discussão

Ao longo dos anos a maconha é retratada de várias formas pela mídia brasileira: “Pango”, “Diamba” e “Fumo da Angola” em suas nomeações mais populares. O jornal *O Globo*, um dos mais tradicionais impressos brasileiro e de abrangência nacional para tomarmos como exemplo, em 1930 chegou a trazer em uma de suas manchetes o seguinte título: “Veneno Africano, está sendo vendida no Rio, uma planta diabólica, que leva ao sonho, à loucura e à morte”. Como se vê a planta é citada de maneiras difamatórias e agressivas, histórico que perduraria por mais décadas à frente como se irá ver.

Figura 1 - Jornal *O Globo* em 23 de agosto de 1930.



Fonte: Acervo *O Globo*

O estudo da cannabis e sua representação nos meios de comunicação ao longo das décadas revela uma mudança significativa na maneira como a sociedade a percebe. Em 1948, a imagem da planta era amplamente associada ao perigo e à criminalidade,

impulsionada por campanhas de demonização e estigmatização social. No entanto, após mais de seis décadas, especialmente a partir de 2011, a cannabis começou a ser vista sob uma nova ótica, destacando seu potencial terapêutico e os benefícios médicos de compostos como o canabidiol (CBD). Esse salto temporal é emblemático da evolução no entendimento científico e das influências midiáticas que contribuem para a formação da opinião pública, refletindo, assim, uma transformação nas políticas públicas e na aceitação social da planta.

Na década de 1930, a mídia reforçou a narrativa negativa sobre a cannabis, assim como observado na figura 1. No entanto, com a validação científica dos benefícios terapêuticos do CBD e relatos de casos positivos, a mídia começou a ajustar sua abordagem a partir de 2011, destacando os efeitos terapêuticos da cannabis medicinal.

Figura 3 - Jornal O Globo em 12 de junho de 2011



4Fonte: Acervo o Globo

A análise da aceitação da cannabis medicinal à luz das teorias de Agenda Setting e Espiral do Silêncio revela o impacto significativo da mídia e dos líderes de opinião na formação da opinião pública. A teoria de Agenda Setting, conforme discutida por

McCombs (2009), explica como a mídia não apenas transmite informações, mas define quais tópicos são prioritários na percepção pública

Até a década de 1970, a pergunta tradicional nas pesquisas sobre agenda-setting era “quem define a agenda pública?” Na década de 1980, a nova questão era “quem define a agenda midiática?” O padrão de cobertura de notícias que define a agenda da mídia resulta de trocas com fontes que fornecem informações para notícias, interações diárias entre as próprias organizações de notícias e normas e tradições do jornalismo. [...] Entre as fontes externas da agenda da mídia, destacam-se as autoridades públicas. A exploração do elo entre os funcionários públicos e a imprensa converge com outra área de pesquisa de agenda setting, a agenda de políticas públicas, o processo pelo qual os governos tomam decisões sobre quais questões sociais serão o foco da sua atenção e ação (McCOMBS; VALENZUELA, 2007, p.48).

No caso da cannabis medicinal, a mudança de narrativa midiática, que passou de uma associação com criminalidade para um enfoque nos benefícios médicos, foi fundamental para moldar a percepção pública de forma mais positiva e aceitável.

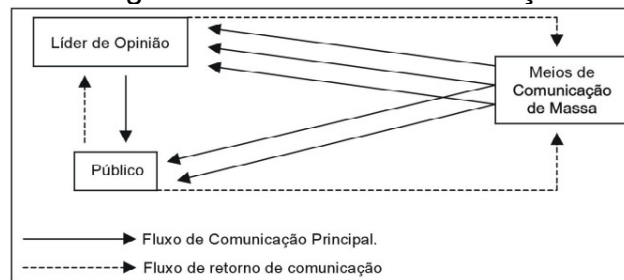
O papel da mídia nesse processo é crucial, uma vez que ela funciona como o principal meio de difusão de informações sobre o tema. A teoria da Agenda Setting aponta que a mídia não só reflete, mas também molda a realidade ao escolher quais temas serão abordados e como serão apresentados

os veículos noticiosos, nossas janelas ao vasto mundo, além de nossa experiência direta, determinam nossos mapas cognitivos daquele mundo. (...) A opinião pública responde não ao ambiente, mas ao pseudoambiente construído pelos veículos noticiosos.” (LIPPMANN, 1922 apud McCOMBS, 2009, p. 19).

Além disso, o ciclo contínuo entre a mídia e a opinião pública, descrito por McCombs (2009), também pode ser observado no caso da cannabis medicinal. Ao destacar constantemente os benefícios terapêuticos do canabidiol, a mídia não só influenciou as percepções do público, mas também provocou uma mudança nas discussões políticas sobre a regulamentação do uso medicinal da cannabis

Ao longo do tempo, os tópicos enfatizados nas notícias tornam-se os assuntos considerados os mais importantes pelo público. A agenda da mídia torna-se, em boa medida, a agenda do público. Em outras palavras, os veículos jornalísticos estabelecem a agenda pública. Estabelecer esta ligação com o público, colocando um assunto ou tópico na agenda do público de forma que ele se torna o foco da atenção do pensamento do público – e, possivelmente, ação – é o estágio inicial da formação da opinião pública (McCOMBS, 2009, p.18).

Figura 4 - Fluxo de Comunicação



*fonte: Modelo de fluxos de comunicação social (CORRÊA, 1993) adaptado de Dumazeider (1973).

A figura 1 ilustra o fluxo de comunicação, com os meios de comunicação em massa como canal central entre líderes de opinião e o público, revela a dinâmica interativa da formação da opinião pública. Os meios de comunicação não só transmitem informações, mas também moldam percepções, enquanto o público, por meio do fluxo de retorno, influência e responde ao conteúdo. Esse processo destaca a interação contínua entre mídia, líderes de opinião e público, refletindo as teorias de Agenda Setting.

Com o tempo, as notícias passaram de abordagens centradas na controvérsia ou criminalidade para narrativas mais voltadas aos benefícios médicos, histórias de pacientes e apoio de especialistas. Essa transformação foi fundamental para reduzir o estigma e moldar a percepção pública de que a cannabis medicinal não está relacionada ao uso recreativo, mas a tratamentos sérios de saúde.

4. Conclusões

A presente pesquisa destacou o papel crucial da mídia brasileira, com ênfase no jornal *O Globo*, na construção e transformação das percepções sociais sobre a cannabis ao longo das décadas. Por meio das teorias da Agenda Setting e da Espiral do Silêncio, ficou evidente como os discursos midiáticos influenciam a formação da opinião pública e a definição de políticas relacionadas ao tema, particularmente no contexto do uso medicinal do canabidiol.

A análise histórica revelou a predominância de uma narrativa criminalizante e estigmatizada da cannabis, impulsionada por interesses sociopolíticos e reforçada por estratégias midiáticas que limitavam o espaço para vozes discordantes. No entanto, as últimas décadas trouxeram avanços, com uma cobertura mais diversificada, impulsionada pelo surgimento de novas informações científicas e o debate global

sobre a legalização. Mesmo assim, ainda há resistências significativas, o que demonstra a permanência de estruturas tradicionais de poder na comunicação.

Além disso, o estudo apontou os desafios e oportunidades apresentados pelas novas mídias digitais. Essas plataformas têm o potencial de romper o ciclo de silêncio ao amplificar perspectivas diversas, mas também trazem riscos como a desinformação e a criação de bolhas informativas. A relação dinâmica entre a mídia e a opinião pública, como observado, reflete um movimento de influência mútua, onde a sociedade também molda as narrativas midiáticas por meio de suas reações e preferências.

Conclui-se que uma comunicação ética, baseada em evidências científicas e transparente, é essencial para desconstruir estigmas históricos e promover um debate público mais inclusivo. A abordagem comunicacional estratégica não apenas influencia percepções sociais, mas também direciona transformações regulatórias, como observado no contexto do uso medicinal do canabidiol. Assim, os resultados alcançados reforçam a relevância de uma análise crítica das práticas midiáticas, apontando caminhos para a construção de uma sociedade mais informada e democrática.

Referências

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do cárcere. Edição e tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. v. 4.

McCOMBS, M. A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

McCOMBS, M., VALENZUELA, S. The continuing expansion of agenda-setting theory: Towards a new frontier of research questions. Handbook of Political Communication Theories. New York: Oxford University Press, 2007,

NOELLE-NEUMAN, Elisabeth. A espiral do silêncio: opinião pública: nosso tecido social. Tradução, apresentação e notas de Cristian Derosa. Florianópolis: Estudos Nacionais, 2017, pp. 22-23.

LIPPMANN, W. Opinião Pública. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

SOLLITTO, André; PAIOTTI, Allan. “O preconceito contra a cannabis vem da falta de conhecimento.” *Veja – Ciência*, 26 maio 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/ciencia/o-preconceito-contr-a-cannabis-vem-da-falta-de-conhecimento/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

**SUSTENTABILIDADE COMO FOCO DA IDENTIDADE DE MARCA: UMA
ANÁLISE DO BRANDING DA LINHA NATURA EKOS****SUSTAINABILITY AS THE FOCUS OF BRAND IDENTITY: AN ANALYSIS OF THE
BRANDING OF THE NATURA EKOS LINE****ABREU, J.; CANAVEZ, L.**

1 –UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

juliefukamiabreu18@gmail.com

Resumo: O trabalho analisou as estratégias de *branding* e campanhas publicitárias da linha Natura Ekos, destacando como a marca promove sustentabilidade e responsabilidade ambiental por meio de suas ações de *marketing*. O estudo abordou sobre como a Natura reforça seu posicionamento sustentável em um cenário de crises ambientais, explorando práticas de comércio justo e parcerias com comunidades amazônicas. Foram identificados e analisados os elementos visuais e verbais das campanhas da linha Ekos, com o objetivo de compreender como a marca transmite seus valores e propósitos. O estudo também abordou o modelo de abastecimento sustentável adotado pela Natura, destacando as contribuições dessa abordagem para a preservação ambiental e o fortalecimento econômico das comunidades locais. Os resultados demonstram como estratégias de branding com propósito sustentável contribuem para uma publicidade mais ética e consciente, evidenciando os impactos positivos no posicionamento de uma marca no mercado e os retornos gerados por essas iniciativas.

Palavras-chave: *Branding*. Sustentabilidade. Campanhas. Desenvolvimento.

Abstract: The study analyzed the branding strategies and advertising campaigns of the Natura Ekos line, highlighting how the brand promotes sustainability and environmental responsibility through its marketing actions. The research examined how Natura reinforces its sustainable positioning in a context of environmental crises, exploring practices of fair trade and partnerships with Amazonian communities. The visual and verbal elements of the Ekos campaigns were identified and analyzed to understand how the brand conveys its values and purposes. The study also addressed Natura's sustainable sourcing model, emphasizing the contributions of this approach to environmental preservation and the economic empowerment of local communities. The results demonstrate how branding strategies with a sustainable purpose contribute to more ethical and conscious advertising, showcasing the positive impacts on brand positioning in the market and the returns generated by these initiatives.

Key-words: Branding. Sustainability. Campaigns. Development.

INTRODUÇÃO

As estratégias de branding e marketing têm evoluído para refletir valores como sustentabilidade e compromisso social. O estudo analisou as campanhas da linha Natura Ekos, e destacou como a marca promove a responsabilidade ambiental através de suas ações. A linha Ekos, parte do portfólio da Natura, surgiu para preservar a biodiversidade e apoiar o desenvolvimento sustentável, com práticas de

comércio justo e parcerias com comunidades amazônicas. O trabalho buscou entender como a marca reforça seu posicionamento sustentável e como comunica esses valores ao público por meio de narrativas e elementos visuais em suas campanhas.

A pesquisa abordou a problemática de como a Natura utiliza estratégias de branding para ser reconhecida por seu posicionamento sustentável em um contexto de crises ambientais e consumo desenfreado impulsionado por padrões publicitários irresponsáveis. A justificativa se deu pela importância de profissionais de publicidade analisarem campanhas socialmente e ambientalmente responsáveis, dado o crescente movimento de empresas que buscam propósitos além da simples venda de produtos e serviços. Essa abordagem de branding visa criar marcas que gerem valor significativo para a sociedade e para o meio ambiente. O estudo também pontuou a necessidade de aplicar estratégias que promovam o consumo consciente e a responsabilidade corporativa, refletindo a tendência do mercado de adotar práticas mais sustentáveis e éticas.

Dada a problemática, a hipótese era de que as campanhas de marketing da linha Natura Ekos destacam a sustentabilidade e o compromisso com a biodiversidade, fortalecendo a imagem da Natura como uma empresa ambientalmente responsável.

O objetivo da pesquisa foi analisar como o branding da Natura, com foco na linha Ekos, reforça seu compromisso com a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável. O estudo se concentrou na identificação dos elementos visuais e verbais utilizados pela marca para destacar seu posicionamento sustentável, abordando também o modelo de abastecimento sustentável que extrai a matéria-prima de maneira responsável. Além disso, a pesquisa discutiu o impacto desse modelo nas comunidades parceiras e explorou como essas ideias e projetos são retratados nas campanhas para fortalecer o branding da marca.

MÉTODOS

A metodologia utilizada inclui uma pesquisa de natureza básica, com abordagem qualitativa e um estudo de caso de caráter descritivo, apresentando uma visão geral sobre a sustentabilidade como foco da identidade de marca e uma análise do branding da linha Natura Ekos.

O trabalho abordou a sustentabilidade, o desenvolvimento sustentável e a evolução do comportamento do consumidor fazendo uso das contribuições dos autores, como Philip Kotler e David Aaker que contextualizam sobre o conceito de branding, utilizando as obras “Marketing 3.0” (2010), e “On Branding” (2014) como fonte de estudo. Fornecendo base a discussão sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, são citados Marcos Bedendo e Reinaldo Dias, por meio das citações retiradas das obras “Branding” (2019) e “Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios” (2014).

Por fim, foca-se na análise das estratégias de branding da Natura, com ênfase na linha Ekos. A partir da análise de duas campanhas publicitárias da linha e da avaliação de sua identidade visual e estratégias de posicionamento, o capítulo explora como a marca comunica seus valores e propósitos. As referências utilizadas neste capítulo incluem as contribuições de Philip Kotler, Alice Tybout e Fred Gelli, que oferecem uma base teórica sobre branding e estratégias de comunicação, tendo como fontes principais o livro “Branding: Gestão de marcas” (2017) e a matéria “O pragmatismo da natureza e a invenção do amor” para a revista Fast Company.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Branding traz propósito a uma marca, representando sua alma e sua razão de ser. Quando a visão de marca é bem definida, ela apoia a estratégia de negócios, diferencia da concorrência, ressoa com clientes, motiva equipes e impulsiona ações de marketing; quando não é, a marca se perde e o marketing se torna ineficaz, como Aaker (2015) afirma em uma de suas obras.

Quando a visão de marca se encaixa perfeitamente, quando acerta o alvo, ela reflete e apoia a estratégia de negócios, cria diferenciais em relação à concorrência, encontra eco junto aos clientes, energiza e inspira funcionários e parceiros e cataliza uma enxurrada de ideias para programas de marketing. Quando está ausente ou é superficial, a marca vaga sem rumo e os programas de marketing tendem a ser inconsistentes e ineficazes (AAKER, 2015, p.34)

A pesquisa sobre as estratégias de branding da Natura, com foco na linha Ekos, revelou uma abordagem consistente em relação à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável. As campanhas publicitárias e práticas da linha destacam o compromisso da marca com a preservação ambiental e o comércio justo.

Os resultados mostram que a Natura utiliza uma identidade visual e verbal clara para comunicar seus valores ambientais e sociais, como no uso de elementos naturais em seu logotipo e na produção de embalagens recicláveis. As campanhas enfatizam a preservação da biodiversidade, o envolvimento das comunidades amazônicas e o desenvolvimento econômico sustentável. A valorização de talentos locais, como a ilustradora Winny Tapajós e o designer Gabriel Kalani, reforça a autenticidade e o compromisso social da marca.

Além de fortalecer sua imagem corporativa, a Natura desempenha um papel ativo na educação do consumidor, promovendo o consumo consciente e alinhado a valores sustentáveis. Dessa forma, a marca não só se destaca no mercado, mas também contribui para a construção de uma sociedade mais responsável e engajada com questões ambientais e sociais.

CONCLUSÕES

Os resultados evidenciaram que as campanhas da linha Ekos são estruturadas de maneira a comunicar não só a qualidade dos produtos, mas também os valores que a marca deseja transmitir. A análise das estratégias de marketing revelou o uso consistente de narrativas que destacam a importância da preservação ambiental, do desenvolvimento sustentável e do consumo consciente. Além disso, elementos visuais e verbais foram identificados como peças fundamentais para reforçar esse posicionamento, criando uma conexão mais profunda entre a marca e os consumidores.

Foi possível comprovar a hipótese inicial, que sugeria que as campanhas de marketing da linha Natura Ekos enfatizam o compromisso com a biodiversidade e o comércio justo. As parcerias com comunidades amazônicas e os projetos de conservação não apenas reforçam a imagem da empresa como ambientalmente responsável, mas também servem como ferramentas educativas, incentivando práticas de consumo mais éticas e conscientes.

Conclui-se, portanto, que a estratégia de branding da Natura transcende o objetivo de se posicionar positivamente no mercado. A empresa desempenha um papel social relevante, influenciando a construção de uma mentalidade voltada para a sustentabilidade. Ao educar e engajar seus consumidores, a Natura contribui não apenas para o desenvolvimento do mercado, mas também para a formação de uma sociedade mais responsável e comprometida com o futuro do planeta.

REFERÊNCIAS

- AAKER, David. **On branding**. Porto Alegre: Bookman, 2015. p. 19, 34, 51
- BEDENDO, Marcos. **Branding**. São Paulo: Saraiva, 2019. p. 22.
- BRANDT, G. H. et al. **Our common future**. Oxford: Oxford University Press, 1987. Acesso em: 15 set. 2024.
- DIAS, Reinaldo. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2014.
- GELLI, Fred. **O pragmatismo da natureza e a invenção do amor**. Fast Company Brasil. Disponível em: <https://fastcompanybrasil.com/coluna/o-pragmatismo-da-natureza-e-a-invencao-do-amor/>. Acesso em: 25 nov. 2024.
- KALANI, Gabriel. **Natura Ekos: natureza dos sonhos**. 2024. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/206104757/Natura-Ekos-Natureza-dos-Sonhos>. Acesso em: 10 nov. 2024.
- KOTLER, Philip. **Marketing 3.0**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 3, 4, 21, 177.
- NATURA é eleita como uma das empresas mais éticas do mundo**. 25 fev. 2020. Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/natura-e-eleita-como-uma-das-empresas-mais-eticas-do-mundo>. Acesso em: 10 nov. 2024.
- NATURA Ekos: saiba tudo sobre a marca**. 2021. Disponível em: <https://www.natura.com.br/linha-ekos>. Acesso em: 10 nov. 2024.
- RELATÓRIO anual Natura 2001**. Natura. Disponível em: https://static.natura.com.br/static/relatorio/pdf/relatorioanual2001_administracao.pdf. Acesso em: 9 nov. 2024.
- RELATÓRIO integrado Natura 2023**. Natura. Disponível em: https://images.rede.natura.net/html/relatorio-anual/2023/Relatorio-Integrado-Natura-e-Co-2023_PT.pdf?iprom_id=relatorio-anual_mosaico&iprom_name=destaque4_Relatorio-Integrado-Natura-e-Co-2023_PT_07-10-2024&iprom_creative=pdf_relatorio-Integrado-Caderno-de-indicadores_portugues&iprom_pos=1. Acessado em: 25 nov. 2024.
- TYBOUT, Alice M. **Branding: gestão de marcas**. São Paulo: Saraiva, 2017.

O ESPETÁCULO ESPORTIVO NA FÓRMULA 1: A TRANSFORMAÇÃO PUBLICITÁRIA COM A LIBERTY MEDIA

THE SPORTING SPECTACLE IN FORMULA 1: THE ADVERTISING TRANSFORMATION WITH LIBERTY MEDIA

SPOLIDORO, Maria Luiza de Lima; MOUTINHO, Afranio Teodoro

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
maria.spolidoro1@unifoa.edu.br

Resumo: A pesquisa investiga o impacto da aquisição da Fórmula 1 pela Liberty Media sobre o Marketing esportivo e a popularidade do esporte. O objetivo é analisar como as transformações na gestão influenciaram a experiência dos fãs, considerando o equilíbrio entre espetáculo midiático e a essência esportiva. A metodologia utilizada foi qualitativa, com base em revisão bibliográfica e estudo de caso. O estudo identificou que a Liberty Media trouxe inovações ao esporte, como maior utilização de mídias sociais e conteúdo digital, atraindo um público mais jovem e diversificado. No entanto, essa abordagem gerou críticas entre os fãs tradicionais, que sentem um distanciamento da essência técnica da Fórmula 1. O trabalho conclui que a transformação da categoria em um espetáculo midiático representa tanto um desafio quanto uma oportunidade, ao buscar um equilíbrio entre tradição e inovação para manter a relevância global da Fórmula 1.

Palavras-chave: Fórmula 1. Liberty Media. Marketing Esportivo.

Abstract: the search investigates the impact of Liberty Media's acquisition of Formula 1 on sports marketing and the popularity of the sport. The objective is to analyze how the transformations in management have influenced the fan experience, considering the balance between media spectacle and sports essence. The methodology used was qualitative, based on a literature review and case analysis. The study identified that Liberty Media brought innovations to the sport, such as greater use of social media and digital content, attracting a younger and more diverse audience. However, this approach has generated criticism among traditional fans, who feel a distance from the technical essence of Formula 1. The research concludes that transforming the series into a media spectacle represents both a challenge and an opportunity, as it seeks a balance between tradition and innovation to maintain Formula 1's global relevance.

Keywords: Formula 1. Liberty Media. Sports Marketing.

INTRODUÇÃO

Baseando-se nas afirmações de Melo Neto (2013), no século XX o esporte passou a ser visto como algo que satisfaz necessidades e desejos dos consumidores, tornando-se um elemento importante na indústria cultural. O Marketing Esportivo busca despertar emoções, especialmente em esportes globalizados como a Fórmula 1, que se transformou em um grande produto de entretenimento e atrai investimentos publicitários significativos.

O crescimento publicitário permeou a história do esporte, tanto que, de acordo com o site Portoseguro.com (PORTO SEGURO, 2023), a Fórmula 1 — ou F1, desde o seu começo em 1950, evoluiu durante os anos até chegar a se tornar a principal categoria do automobilismo mundial. Sendo regulamentada pela Federação Internacional de Automobilismo (FIA), ela é composta por competições chamadas de Grand Prix (GPs), nas quais pilotos e equipes acumulam pontos para vencer os campeonatos.

Conforme o site Sportinsider.com (SPORT INSIDER, 2022), em 2017 a Liberty Media comprou a Fórmula 1 e implementou alterações, mudanças nos finais de semana de corrida, que vão desde o sistema de pontuação do campeonato até a identidade visual da F1, além da série da Netflix "*Drive to Survive*", com o objetivo de atrair novos espectadores, especialmente nos Estados Unidos, que agora têm três corridas no calendário. O objeto de estudo deste trabalho é a exploração das transformações na Fórmula 1 como estratégia no marketing esportivo, sendo um dos principais campeonatos de automobilismo do mundo.

Essas transformações, no entanto, levantaram preocupações sobre uma "americanização" do esporte, com um foco maior no entretenimento do que na competição técnica, afastando parte dos fãs mais tradicionais. A espetacularização do esporte, discutida por Debord (1997) com a teoria da "Sociedade do Espetáculo", é vista como uma forma de transformar a cultura em mercadoria, destacando o espetáculo em detrimento dos valores esportivos originais, com autores de Marketing Esportivo como Melo Neto e Kotler.

Com isso, a problemática apresentada pelo estudo engloba o seguinte questionamento: de que forma as mudanças observadas na Fórmula 1 após sua obtenção pela Liberty Media e a publicidade do evento tem contribuído para o esporte transformar-se em um espetáculo midiático?

Segundo Kellner (2004), a busca por audiência e entretenimento muitas vezes leva a decisões que priorizam o espetáculo em detrimento da competição esportiva. Eventos como shows, cerimônias de abertura e encerramento, além de atividades promocionais, podem desviar a essência dos aspectos técnicos e da corrida em si.

Sendo assim, a hipótese apresentada pelo estudo abrange uma posterior explicação sobre a forma que a nova gestão afeta a experiência dos fãs. Isso pode atrair ou afastar diferentes públicos, afetando potencialmente a essência do esporte. A mudança não se limita apenas às corridas, mas também à experiência dos espectadores nos autódromos e nas transmissões televisivas, fato este que promove uma estratégia assertiva ou desastrosa a depender do objetivo empresarial.

O trabalho tem como objetivo geral compreender se após a venda da Fórmula 1 para a Liberty Media o esporte está dando lugar a uma transformação midiática. E os objetivos específicos: avaliar os processos de mudanças realizadas pela Liberty Media e a nova popularidade da Fórmula 1; descrever a trajetória da F1 dentro da indústria do entretenimento; identificar as estratégias de marketing usadas pela Liberty Media para atrair um público diversificado e a sua entrada no mercado norte americano.

O estudo propõe uma análise qualitativa que, segundo Rossi (2021, p. 3) é aquela que pretende "Compreender as atitudes humanas, e não para explicá-las", com base em bibliografia e estudo de caso para investigar o impacto dessas mudanças, utilizando teorias como a "Sociedade do Espectáculo" de Debord e a "Indústria Cultural" de Adorno e Horkheimer.

Durante o levantamento bibliográfico percebeu-se que há uma lacuna de estudos acadêmicos sobre o tema. Com isso, se torna evidente que as questões analisadas têm sido pouco exploradas e quase não há material teórico além de matérias jornalísticas. Também se torna importante para a área da comunicação, pois não apenas aborda as estratégias implementadas pela Liberty Media na Fórmula 1 após a sua aquisição, mas também pretende investigar a eficácia de estimular um crescimento significativo em um mercado anteriormente subutilizado. Ademais, se destaca a relevância de estudar as consequências em priorizar o espetáculo em detrimento do esporte como forma de entretenimento.

Na perspectiva da pesquisa acadêmica em publicidade, assume relevância ao examinar as estratégias publicitárias adotadas pela empresa desde a aquisição da

Fórmula 1 e como elas tiveram ou não sua eficácia na conquista de um novo público-alvo almejado.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a pesquisa é a qualitativa, de acordo com Rossi (2021), é usada para compreender um fenômeno baseado em livros, matérias jornalísticas e documentos.

O estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidências, em geral não utilizadas pelo historiador, que são a observação direta e série sistemática de entrevistas (DUARTE, 2006. p. 219).

O método qualitativo empregado é o estudo de caso “Dizem respeito à pesquisa de uma situação, conforme critérios estabelecidos pelo estudo científico, a fim de buscar esclarecimento para alguma questão” (ROSSI, 2021, p. 4), sendo uma análise de uma situação que se busca esclarecimento. Conforme Rossi (2021) uma pesquisa na área de comunicação não se resume necessariamente ao estudo da mídia e o trabalho aqui empreendido envolveu pesquisa bibliográfica e documental para avaliar as discussões sobre o histórico e atualidade da F-1 a fim de se atingir os objetivos propostos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Consoante com Williamson (2015), a história da Fórmula 1 começou com as corridas de Grandes Prêmios na Europa, no início do século XX. No entanto, durante a Segunda Guerra Mundial, essas atividades foram temporariamente interrompidas. Depois que o conflito terminou, em 9 de setembro de 1945 as corridas do Grande Prêmio foram retomadas.

A Fórmula 1 foi oficialmente criada em 1950 pela Federação Internacional de Automobilismo (FIA), e surgiu da unificação dos Grandes Prêmios disputados no início do século XX, “que já aconteciam em países como Inglaterra, França, Itália, Mônaco, Suíça e Bélgica, e criar um campeonato unificado” (PORTO SEGURO, 2023, s/p.).

Como observado por Williamson (2015), Bernie Ecclestone – um empresário britânico famoso por tornar a Fórmula 1 um dos esportes mais lucrativos e populares do mundo – profissionalizou a categoria, transformando-a em um dos esportes mais lucrativos do mundo. Ele foi responsável por consolidar acordos de transmissão televisiva e

atrair patrocínios milionários, o que trouxe receitas bilionárias para o esporte. Sob sua liderança, a Fórmula 1 expandiu globalmente .

Motta (2022) argumenta que a popularidade da Fórmula 1 declinou ao longo da década de 2010, resultando em uma redução significativa de sua base de fãs. Tendo em vista a declaração dada por Ecclestone, ele não iria adaptar a Fórmula 1 ao novo público, fazendo com que a forma que era conduzida não estivesse adequada, o que ocasionou a venda, e assim a mudança na gestão da categoria.

O site Sportinsider.com (SPORT INSIDER, 2022) destaca que nas últimas décadas o perfil do público esportivo passou por mudanças significativas, com uma preferência crescente por formas de entretenimento e esportes que proporcionam gratificação instantânea e maior interação digital.

A aquisição da Fórmula 1 pela Liberty Media em 2017, conforme SportInsider.com (SPORT INSIDER, 2022, s/p.), marcou o início de uma nova era. Motta (2022) reforça que a nova administração focou em digitalizar o esporte e em aumentar sua presença nas mídias sociais.

Orletti (2022) ressalta que estratégias de marketing foram adotadas, como a introdução da série "*Drive to Survive*" da *Netflix*, que trouxe novos espectadores, especialmente dos Estados Unidos. As estratégias de marketing da Liberty Media provaram ser um enorme sucesso na popularização do esporte, especialmente entre aqueles que não eram tradicionalmente fãs de automobilismo.

Como ressaltou Verbran (TEMPORALCEREBRAL,2017), a marca, que ao longo dos anos experimentou um declínio significativo, perdendo muitos de seus fãs, se via à beira da falência. Em resposta a esse cenário, a Fórmula 1 recorreu à renomada agência Wieden+Kennedy, que teve como objetivo revitalizar a imagem da categoria, afastando-a da ostentação de Mônaco e aproximando-a do público.

Logo, enfatiza Motta (2022), a espetacularização da Fórmula 1 sob a nova gestão tornou-se particularmente evidente no Campeonato Mundial de Fórmula 1 de 2018, sob a administração da Liberty Media, pois o esporte passou por uma transformação substancial, com o objetivo de modernizar e ampliar seu apelo, especialmente entre os fãs mais jovens.

Como afirmam Athaide, Cardoso e Dadamo (2023), passados quatro anos, o impacto da série no cenário da Fórmula 1 é inegável: ao humanizar os pilotos e oferecer uma

proximidade inédita entre eles e seus fãs. Com isso, a série ampliou a visibilidade da categoria para novos públicos e atraiu o interesse de marcas que desejavam aproveitar o crescente alcance do reality show.

De acordo com Salazar (2023) a Liberty também apostou em plataformas próprias, como o F1TV, um serviço de transmissão ao vivo que proporciona acesso privilegiado às corridas, categorias de base e bastidores. Essa tática foi crucial para atualizar a reputação da Fórmula 1 e atrair um público jovem e conectado, habituado ao uso de mídia digital em tempo real.

Nos últimos anos, como afirma Sáez (MOTORSPORT, 2023) a Fórmula 1 passou por uma transformação significativa, impulsionada por estratégias que visam fortalecer sua presença nos Estados Unidos, um mercado com enorme potencial de crescimento. Essa "americanização" envolve tanto mudanças no formato de entretenimento quanto na forma como a categoria é promovida. A Liberty Media, atual proprietária da Fórmula 1, tem sido uma grande impulsionadora dessa estratégia, gerando um crescimento expressivo da audiência e um renovado interesse no esporte.

É inegável que a Fórmula 1 passou por uma reinvenção após a aquisição pela Liberty Media. Conforme destaca o site Sportinsider.com (SPORT INSIDER, 2022), essa operação foi crucial para "revitalizar" a modalidade mais rápida do mundo e prolongar a "vida" desse esporte tradicional, que ainda atrai milhões de pessoas em todo o planeta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo explora como o esporte, em especial a Fórmula 1, se inseriu na indústria cultural como produto de entretenimento. O presente trabalho teve como problemática analisar as transformações na Fórmula 1 a partir da aquisição pela Liberty Media, investigando como o esporte se adaptou às demandas contemporâneas do mercado de entretenimento e publicidade.

Com base nas teorias da Comunicação, como a Sociedade do Espetáculo de Guy Debord, e nos conceitos de marketing esportivo, foi possível identificar que a Fórmula 1 passou por um processo de transformação da categoria, priorizando a experiência do espectador e o apelo midiático em detrimento de aspectos puramente esportivos. Esse movimento está intimamente ligado à "americanização" do esporte,

caracterizada pela adoção de práticas típicas do mercado esportivo norte americano, como a intensificação do entretenimento, para atrair um público mais amplo e diversificado.

A decorrência da hipótese da pesquisa é comprovada, já que a popularidade da Fórmula 1 se deu pelo fato de a Liberty Media entender o automobilismo dentro da indústria de negócios do esporte, também voltada ao entretenimento.

Cumpriu o objetivo geral do trabalho ao examinar as alterações na Fórmula 1 após a compra pela Liberty Media, examinando se o esporte se converteu em um autêntico espetáculo para a mídia.

Assim como os objetivos específicos foram comprovados por meio da série "*Drive to Survive*" que teve grande impacto, atraindo uma nova geração de fãs, especialmente jovens e pessoas que antes não acompanhavam o esporte. A série aumentou o engajamento nas redes sociais, além de expandir a popularidade da F1 em mercados como os Estados Unidos.

Através de um método qualitativo e da análise no marketing e das mudanças introduzidas pela nova administração, o estudo revelou que as ações da Liberty Media tiveram um impacto na experiência dos espectadores e expandiram o apelo comercial da Fórmula 1.

Do ponto de vista acadêmico, o estudo destacou a relevância de compreender o esporte não apenas como uma competição, mas como um produto cultural inserido na indústria do entretenimento.

Por fim, a pesquisa mostrou que a transformação da Fórmula 1 pela Liberty Media é um fenômeno complexo. A capacidade de atrair novos públicos e renovar o apelo do esporte é inegável. Assim, este trabalho contribui para o campo da comunicação e do marketing esportivo, oferecendo uma análise crítica sobre os desafios e oportunidades que surgem quando um esporte global como a Fórmula 1 se reinventa para atender às exigências do mercado contemporâneo.

REFERÊNCIAS

ATHAIDE, Bianca; CARDOSO, Helena; DADAMO, Giulia. **Drive to Survive revoluciona a Fórmula 1**. Disponível em: <https://agemt.pucsp.br/noticias/drive-survive-revoluciona-formula-1>. Acesso em 22 de nov. 2024.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge; (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas S. A., 2. ed. 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto. 1997.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

INSPER SPORTS BUSINESS. **A reinvenção da Fórmula 1**. Disponível em: <https://sportinsider.com.br/a-reinvencao-da-formula-1/>. Acesso em: 29 fev. 2024.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo**. Disponível em: <https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/35932881-a-cultura-da-midia-e-o-triunfo-do-espetaculo.pdf>. Acessado em: 20 mar. 2024.

MARTINO, L. M. S. **Teoria da comunicação**: Ideias, conceitos e métodos. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vorazes, 2009.

MELO NETO. Francisco Paulo de. **Marketing esportivo**: O esporte como ferramenta do marketing moderno. Rio de Janeiro: Best Seller. 1. ed. 2013.

ORLETTI, Caíque. **O Marketing a bordo de um Fórmula 1**. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/o-marketing-bordo-de-um-f%C3%B3rmula-1-ca%C3%ADque-orletti>. Acessado em: 5 ago. 2024.

PORTO SEGURO. **A história da Fórmula 1**: entenda como tudo começou. Disponível em: <https://blog.portoseguro.com.br/a-historia-da-formula-1-entenda-como-tudo-comecou>. Acesso em: 14 mar. 2024.

REIN, Irving; KOTLER, Philip; SHIELDS, Bem. **Marketing esportivo**: a reinvenção do esporte na busca de torcedores. Porto Alegre: Brookman, 2008.

ROSSI, Jessica de Cássia. **Projeto De Pesquisa Em Comunicação**. Porto Alegre: SAGAH, 2021.

SÁEZ, Juanjo. **Ecclestone critica 'americanização' da F1 e acordo com Netflix**. Disponível em: <https://motorsport.uol.com.br/f1/news/ecclestone-critica-americanizacao-da-f1-e-acordo-com-netflix/10527913/>. Acesso em: 29 fev. 2024.

SALAZAR, Beatriz. **A nova era da Fórmula 1**. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/nova-era-da-f%C3%B3rmula-1-ge-direito-desportivo-empresarial--vaktf>. Acesso em: 14 mar. 2024.

VERBRAN, Romario. **Case completo do rebrand da Fórmula 1**. Disponível em: <https://temporalcerebral.com.br/formula-1-redesign-rebrand/>. Acesso em: 20 out. 2024.

WILLIAMSON, Martin. **A brief history of Formula One**. Disponível em: <http://en.espn.co.uk/f1/motorsport/story/3831.html>. Acesso em: 9 abr. 2024.

SISTEMA DA INFORMAÇÃO

ALREADY WATCHED: UMA APLICAÇÃO WEB PARA LISTAGEM DE FILMES E INTERAÇÕES SOCIAIS
ALREADY WATCHED: A WEB APPLICATION FOR MOVIE LISTINGS AND SOCIAL INTERACTIONS

DOMINGUES, J. V. S.¹; NOVAES, J. M. B.¹; FERREIRA, M. P. M.¹; FERREIRA, P. H.¹; SIQUEIRA F., V.¹; VIEIRA, C. E. C.¹; SOUZA, L. C.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
202110687@unifoa.edu.br

Resumo: Este projeto visa criar uma startup inovadora por meio de uma aplicação web destinada a atender às necessidades dos amantes de cinema. Identificando desafios como a desorganização na gestão de filmes, a falta de interação entre cinéfilos e a impersonalidade das recomendações automáticas, a iniciativa baseia-se em pesquisa bibliográfica, nas técnicas de construção do sistema e estudos sobre comportamento do consumidor. O desenvolvimento utiliza tecnologias avançadas para criar uma aplicação intuitiva, com foco em design amigável, banco de dados eficiente e algoritmos de aprendizado de máquina para recomendações personalizadas. A proposta da startup é uma plataforma abrangente, permitindo que os usuários listem, avaliem e interajam com filmes, visando não apenas resolver a desorganização pessoal, mas também estimular a interação na comunidade cinéfila. O projeto busca unir os apaixonados por cinema em uma comunidade online dinâmica, oferecendo uma plataforma única para explorar, compartilhar e descobrir experiências cinematográficas de maneira personalizada e interativa.

Palavras-chave: Filmes. Avaliação. Rede social.

Abstract: This project aims to create an innovative startup through a web application designed to meet the needs of movie enthusiasts. By identifying challenges such as disorganization in film management, lack of interaction among cinephiles, and the impersonal nature of automated recommendations, the initiative is grounded in bibliographic research, system development techniques, and studies on consumer behavior. The development process employs advanced technologies to create an intuitive application focused on user-friendly design, efficient database structures, and machine learning algorithms for personalized recommendations. The startup proposes a comprehensive platform that enables users to list, rate, and engage with films, seeking not only to resolve personal disorganization but also to foster interaction within the cinephile community. The project aims to unite cinema lovers in a dynamic online environment, offering a unique platform to explore, share, and discover cinematic experiences in a personalized and interactive way.

Keywords: Movies. Rating. Social network.

1. Introdução

Este TCC propõe o desenvolvimento de um website inspirado em plataformas como Letterboxd e MyAnimeList para unir os amantes do cinema em um espaço social dedicado à avaliação cinematográfica. Diante dos desafios enfrentados pela comunidade cinéfila na busca por um ambiente digital abrangente, personalizável e envolvente, a proposta visa preencher essa lacuna, oferecendo uma experiência interativa que compreende tanto as necessidades funcionais quanto a experiência subjetiva do usuário ao avaliar e compartilhar suas vivências cinematográficas.

A fundamentação teórica que o projeto aborda e segundo opinião de Smith (2022) são aspectos relacionados com a psicologia da crítica cinematográfica, e da mesma forma, tomando por base o posicionamento de Gray (2010) sobre a teoria de avaliação de entretenimento e interações sociais online, fornecendo as bases conceituais necessárias para a concepção do website. Isso assegura uma abordagem informada e contextualizada na implementação de elementos-chave, visando atender às necessidades práticas e à experiência subjetiva do usuário.

A clientela-alvo abrange cinéfilos, críticos amadores e profissionais, entusiastas da sétima arte, e consumidores casuais interessados em organizar e avaliar suas experiências cinematográficas de maneira recreativa. O envolvimento com essa clientela é considerado crucial para garantir que a plataforma atenda às expectativas e requisitos específicos, proporcionando um ambiente completo e satisfatório para a comunidade cinéfila.

2. Metodologia

A pesquisa bibliográfica foi uma etapa fundamental para embasar teoricamente o desenvolvimento e a melhoria do site de avaliação de filmes. Esse método consistiu na revisão de literatura existente sobre temas relacionados a plataformas de recomendação, interfaces de usuário, comportamento de consumo de mídia, e métodos de avaliação de conteúdo audiovisual.

No desenvolvimento do TCC, foram utilizadas algumas metodologias imprescindíveis para promoção do conhecimento, estruturação do projeto e para alavancar a startup para o mercado consumidor.

Para as tecnologias e ferramentas necessárias para a construção do aplicativo adotou-se: para *Front-end* foram utilizadas o HTML, CSS e Javascript para a

construção da interface do usuário; para o Backend: PHP para a lógica do servidor e as Ferramentas de análise de uso (como Google Analytics) para monitorar o uso da aplicação e identificar áreas de melhoria.

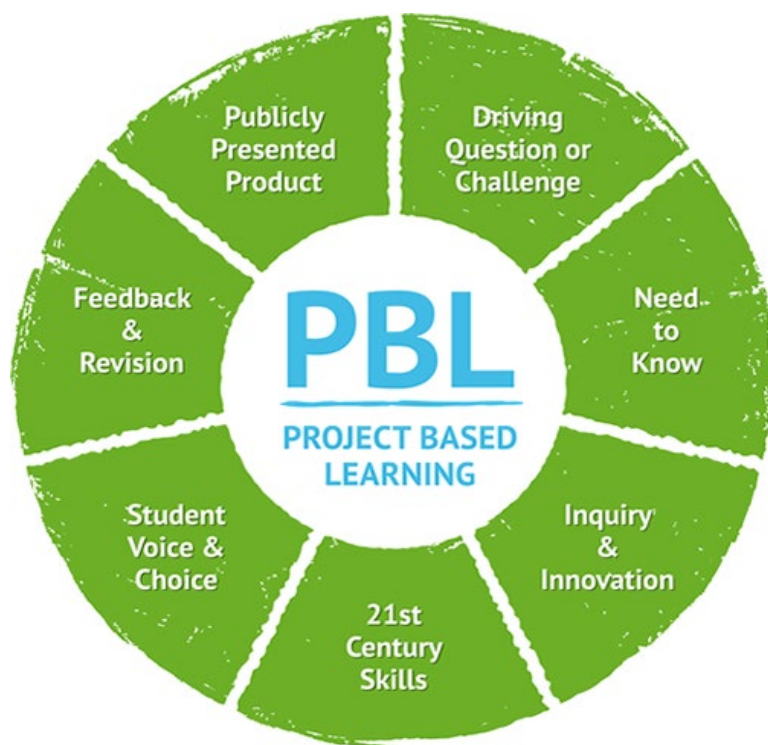
3. Resultados e Discussão

Segundo Jonassen e Hung (2008), a Metodologia PjBL (Aprendizagem Baseada em Projetos) é uma abordagem educacional que visa integrar conceitos teóricos à prática, envolvendo os participantes em projetos reais e desafiadores. No contexto deste projeto de desenvolvimento da plataforma de avaliação de filmes, a aplicação da metodologia PjBL implica em imergir os participantes em situações que replicam desafios reais encontrados no desenvolvimento de uma plataforma web.

Uma das principais vantagens da Metodologia PjBL é a promoção da aprendizagem ativa e prática. Em vez de apenas absorver informações teóricas, os participantes são desafiados a aplicar esses conceitos na resolução de problemas reais. Isso não apenas reforça a compreensão dos conceitos, mas também desenvolve habilidades práticas essenciais, como pensamento crítico, resolução de problemas e trabalho em equipe.

A figura 1 apresenta as fases da metodologia ativa PjBL.

Figura 1 - Metodologia PjBL



Fonte: <https://saladeaulainovadora.blogspot.com/2019/10/aprendizagem-baseada-em-projetos.html>

De acordo com Osterwalder e Pigneur (2010) durante a aplicação da Metodologia PjBL, os participantes são frequentemente confrontados com desafios complexos e multidisciplinares. Isso os obriga a colaborar, comunicar e negociar soluções, refletindo a dinâmica do ambiente de trabalho do mundo real. Além disso, a Metodologia PjBL promove a autonomia e a responsabilidade, permitindo que os participantes assumam a liderança de suas próprias aprendizagens e projetos.

Além das metodologias específicas mencionadas acima, a pesquisa também envolve a implementação de uma variedade de técnicas e ferramentas para coleta, análise e interpretação de dados. Isso inclui:

- **Formulários Online:** Desenvolvimento e distribuição de formulários online estratégicos para coletar informações sobre hábitos de consumo cinematográfico e preferências dos usuários.
- **Análises Qualitativas e Quantitativas:** Realização de entrevistas estruturadas e análises estatísticas para obter insights detalhados sobre as necessidades e preferências dos usuários.

- **Revisão Bibliográfica:** Realização de uma revisão abrangente da literatura relacionada ao comportamento do usuário em plataformas de avaliação de filmes para embasar a pesquisa.

A revisão bibliográfica também incluiu estudos sobre o comportamento de usuários em plataformas de mídia, destacando a importância de recomendações personalizadas e a influência das interações sociais nas decisões de consumo de filmes. Esses insights foram essenciais para ajustar a proposta do site às expectativas e necessidades dos usuários, alinhando a plataforma com tendências atuais e futuras do mercado.

Esses métodos são implementados de forma complementar para garantir uma abordagem abrangente e eficaz no desenvolvimento da plataforma de avaliação de filmes. Eles fornecem uma estrutura sólida para a coleta, análise e interpretação de dados, permitindo que a equipe tome decisões informadas e orientadas por evidências ao longo do processo de desenvolvimento.

Já para a análise e interpretação dos dados e das fontes revisadas permitiu identificar conceitos-chave e teorias relevantes que fundamentaram o desenvolvimento do site de avaliação de filmes. Entre os tópicos abordados, destacaram-se as melhores práticas para algoritmos de recomendação personalizados, o impacto da usabilidade na experiência do usuário, e as técnicas de gamificação para aumentar o engajamento dos usuários.

Conforme Ellis (2010) a metodologia growth hacking proporciona que se estabeleçam estratégias de crescimento da startup proposta, busca estabelecer o product market fit, o qual vem oferecer uma plataforma intuitiva e socialmente interativa, de forma que os stakeholders possam listar e avaliar o objeto em questão (no caso deste estudo são os filmes), interagir com amigos e receber recomendações personalizadas. Outro propósito, deste tópico é de gerar estratégias de engajamentos do projeto em comunidades online, visando impulsionar o crescimento, no mercado consumidor.

Os resultados desta pesquisa foram obtidos por meio da aplicação das metodologias e técnicas descritas na seção de métodos. A seguir, apresentamos uma síntese dos principais achados e sua discussão, com base na literatura pertinente.

- A organização e a catalogação de filmes indicou dificuldades apresentar as experiências cinematográficas de maneira eficiente. Este dado reforça a

necessidade de uma plataforma que ofereça ferramentas intuitivas para gerenciamento de listas de filmes;

- Para a interação e compartilhamento, mostrou que os usuários expressaram desejo por maior interação social e troca de recomendações dentro da comunidade cinéfila. Esse resultado destaca a importância de funcionalidades sociais robustas dentro da plataforma, como fóruns de discussão, grupos de interesse e sistemas de recomendação personalizados;
- Visando uma personalização das recomendações, detectou-se que os participantes manifestaram insatisfação com a impersonalidade das recomendações automáticas em plataformas existentes. Este feedback valida a aplicação de algoritmos de aprendizado de máquina para fornecer recomendações mais ajustadas aos gostos individuais dos usuários;
- Algoritmos de Recomendação: concentrou-se no desenvolvimento e teste dos algoritmos de recomendação personalizados. Utilizando dados de visualização e avaliação dos usuários, foram implementados modelos de aprendizado de máquina que geraram resultados promissores;
- Adaptação aos Gostos Individuais: A capacidade dos algoritmos de adaptar-se às mudanças nas preferências dos usuários ao longo do tempo foi destacada como uma funcionalidade inovadora e altamente apreciada.

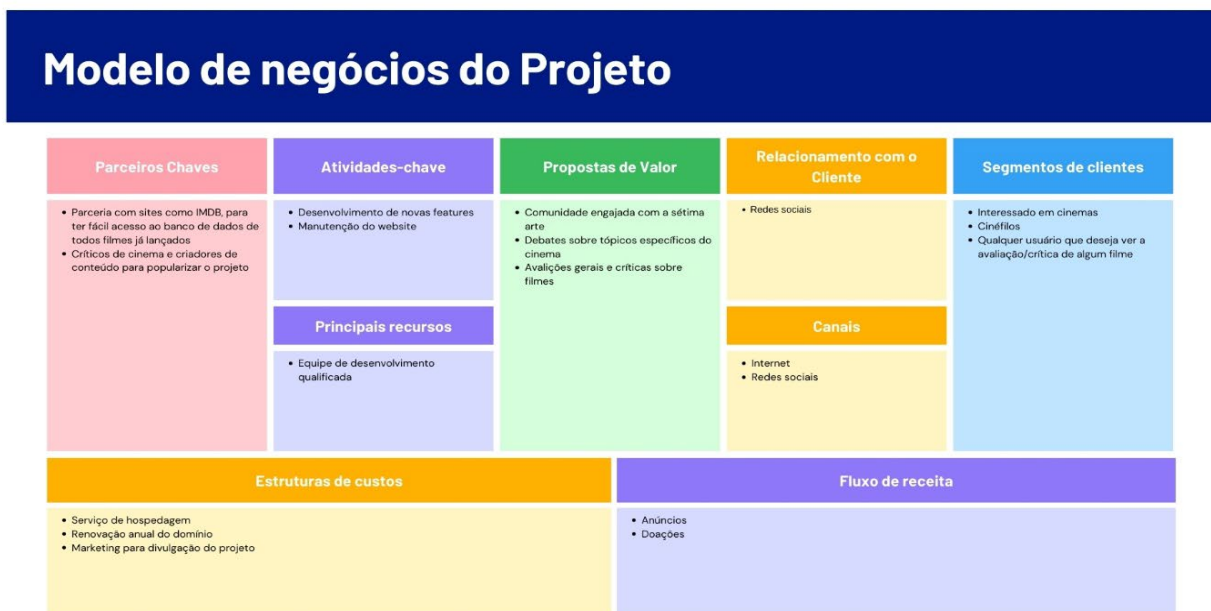
Na discussão dos resultados, indicam que a plataforma proposta atende de maneira eficaz às necessidades identificadas durante a pesquisa inicial. A implementação de uma interface intuitiva e algoritmos de recomendação personalizados foi bem recebida pelos usuários, confirmando as hipóteses teóricas e a relevância das funcionalidades desenvolvidas.

De acordo com Perce (2014) o modelo de negócio é uma ferramenta que compõe elementos e suas relações em relação aos negócios que uma empresa expressa sua lógica comportamental. Assim sendo, o modelo abrange uma descrição dos valores

que o estudo em questão, oferece para os clientes interessados no produto deste projeto.

A figura 2 apresenta o modelo de negócio desenvolvido dentro das necessidades do projeto desenvolvido.

Figura 2 – Modelo de Negócio do projeto



Fonte: Desenvolvido pela equipe (2024)

Com a entrada deste projeto no mercado de avaliação de filmes pode desencadear diversas reações entre as plataformas existentes. A postura estratégica adotadas pelos concorrentes representam uma incerteza no sucesso a médio/longo prazo da startup. Diante deste fato, a capacidade de se diferenciar destas plataformas é oferecer algo inédito para que seja crucial para conquistar uma fatia do mercado.

A figura 2 a seguir apresenta um quadro das funcionalidades dos concorrentes.

Figura 05 - Comparativo dos Concorrentes

Comparativo

RECURSOS	Letterboxd	MyAnimeList	MyMovieList	
Lista pessoal	✓	✓	✓	
Fóruns de discussão		✓	✓	
Personalização de perfil		✓	✓	
Sistema avaliativo com nota de 1 a 10		✓	✓	
Listas temáticas	✓		✓	
Layout Moderno			✓	

Fonte – Desenvolvido pela equipe (2024)

Segundo Osterwalder e Pigneur (2010) o modelo de negócios é composto por nove blocos, que constam no framework do Business Model Canvas, sendo: Proposta de valor; Segmento dos clientes; canais; relacionamentos com clientes; fontes de receita; recursos-chave; atividades-chave; parcerias-chave e estrutura de custos. Estes possibilitam: visualizar, planejar e inovar modelos de forma clara e estratégica.

4. Conclusões

Os resultados obtidos ao longo deste estudo reforçam a importância e a relevância da plataforma CINEAVALIA no contexto da avaliação cinematográfica. A combinação de uma interface intuitiva, funcionalidades sociais robustas e algoritmos de recomendação personalizados demonstrou ser uma abordagem inovadora e eficaz para atender às necessidades da comunidade cinéfila.

A implementação bem-sucedida de tecnologias avançadas, como algoritmos de aprendizado de máquina, para fornecer recomendações ajustadas aos gostos individuais dos usuários, destaca o compromisso da equipe em oferecer uma experiência personalizada e satisfatória. Além disso, a ênfase na interação social e na

troca de recomendações entre os usuários reforça o caráter colaborativo e engajador da plataforma.

Os próximos passos incluem a ampliação dos testes para um público mais diversificado, a fim de garantir a adaptabilidade e a inclusão de diferentes perfis de usuários. A contínua integração de novas funcionalidades, como eventos ao vivo e parcerias com plataformas de streaming, visa enriquecer ainda mais a experiência dos cinéfilos e fortalecer a comunidade em torno do cinema.

Em suma, a CINEAVALIA se destaca como uma solução inovadora e promissora no mercado de avaliação cinematográfica, com potencial para transformar e enriquecer a experiência dos amantes da sétima arte em todo o mundo. Agradecemos a todos os colaboradores e apoiadores que tornaram possível este projeto visionário.

Referências

ELLIS, Sean. *Find a Growth Hacker for your startup*. 2010. Disponível em: <https://www.startup-marketing.com/where-are-all-the-growth-hackers/>. Acesso: 07 abr. 2024.

JONASSEN, D. H., & HUNG, W. (2008). All problems are not equal: Implications for problem-based learning. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 2(2), 6.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Bussines Model Generation - Inovação em Modelo de Negócios*. 1 ed. Rio de Janeiro: Alta books, 2010.

PESCE, I. *Canvas de Modelo de Negócio*, 2014. Curso Online. Disponível em: Acesso em: ago. 2014.

GRAY, Jonathan. *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. 2010. Disponível em: <https://www.amazon.com/Show-Sold-Separately-Spoilers-Paratexts/dp/0814731953>. Acesso em: 17 mar. 2024.

SMITH, Murray. *Personagens Envolventes*. 2020. Disponível em: <https://academic.oup.com/book/43086/chapterabstract/361541058?redirectedFrom=fulltext>. Acesso em: 15 mar. 2024.

NEOCARE: UMA APLICAÇÃO MOBILE PARA CONSULTAS E PRONTO ATENDIMENTO NEONATAL

NEOCARE: A MOBILE APPLICATION FOR NEONATAL CONSULTATIONS AND EMERGENCY CARE

PAIVA, L. S.¹; SANTOS, D. C.¹; PEREIRA, K. S.¹; SIQUEIRA F., V.¹; CARDOSO, M. D. T.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
paivaleonard@gmail.com

Resumo: A aplicação nasceu de uma necessidade *mobile* para construção do projeto AIDPI, para uso de alunos e profissionais de saúde, que se encontra disponível na forma impressa e em PDF no Portal do Ministério da Saúde. Trata-se de uma iniciativa inovadora, a aplicação baseia-se nos conceitos da Organização Pan-Americana da Saúde e do Ministério da Saúde. O estudo visa acompanhar crianças recém-nascidas até atingirem 5 anos, tendo como foco, o combate à mortalidade infantil que atinge a população no âmbito mundial, segundo dados do Governo Federal. A aplicação será testada por estudantes do Curso de Medicina do UniFOA, sob a supervisão da profa. Dr. Márcia Dorcelina, garantindo que a aplicação seja validada por profissionais da área antes de seu lançamento. O projeto NEOCARE representa um avanço significativo na pesquisa pediátrica e no atendimento neonatal, fornecendo uma solução tecnológica inovadora que promete melhorar a eficácia das consultas e o acompanhamento da saúde dos pacientes neonatais, principalmente em regiões remotas, onde existe grande dificuldade com sinal de telefonia móvel, como aldeias, quilombos e áreas rurais.

Palavras-chave: Atendimento Neonatal, Tecnologia em Saúde, Mortalidade Infantil, Desenvolvimento de Aplicativos, Saúde Pública.

Abstract: The application was born out of a mobile need for the development of the AIDPI project, intended for use by students and healthcare professionals. This project is currently available in printed form and as a PDF on the Brazilian Ministry of Health's Portal. It is an innovative initiative, and the application is based on concepts from the Pan American Health Organization and the Ministry of Health. The study aims to monitor newborn children up to the age of five, focusing on combating infant mortality, which affects the global population, according to data from the Federal Government. The application will be tested by students from the Medical School at UniFOA, under the supervision of Professor Dr. Márcia Dorcelina, ensuring that the application is validated by healthcare professionals before its launch. The NEOCARE project represents a significant advancement in pediatric research and neonatal care, offering an innovative technological solution that aims to improve the effectiveness of consultations and the monitoring the health of neonatal patients, especially in remote regions where there are major challenges with mobile phone signals, such as villages, quilombola communities, and rural areas.

Keywords: Neonatal Care, Health Technology, Infant Mortality, App Development, Public Health.

1. Introdução

Este projeto, fundamentado na metodologia ativa PjBL, tem como objetivo atender uma demanda na área da medicina, especificamente a pediatria, em regiões remotas do país. Nestas regiões, há uma carência de recursos básicos como *internet*, energia elétrica e equipamento de informática básico. O projeto visa adaptar todo o conteúdo contido na documentação do “Atenção Integrada às Doenças Prevalentes na Infância” (AIDPI) para ser inserido no contexto do projeto Neocare. O AIDPI é produto associado ao projeto originalmente desenvolvido pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância e a Adolescência (UNICEF), que atende crianças até a idade de 5 anos.

O objetivo geral do projeto é transcrever todo o material do AIDPI, que o Ministério da Saúde disponibiliza em seu portal apenas em forma de papel ou arquivo digital de leitura, para um meio computadorizado, visando auxiliar o atendimento em regiões de difícil acesso e facilitar o atendimento básico pediátrico.

O estudo justifica-se pela necessidade de desenvolver um material na forma de um aplicativo móvel que funcione de maneira offline, para que atenda as demandas das regiões mais remotas e carentes do país.

A Metodologia de PjBL de acordo com adotada como uma abordagem pedagógica, tem sido amplamente reconhecida como uma ferramenta eficaz para promover o engajamento dos alunos, o aprendizado significativo e o desenvolvimento de habilidades. Neste contexto, os projetos são o ponto central do processo de ensino e aprendizagem, proporcionando aos alunos a oportunidade de explorar, descobrir e construir conhecimento de maneira autônoma e colaborativa.

Segundo Hmelo-Silver, Duncan e Chinn (2007), os projetos desafiadores e relevantes despertam o interesse dos alunos, motivando-os a participar ativamente das atividades propostas e a buscar soluções criativas para os problemas apresentados. Além disso, a aprendizagem baseada em projetos promove o desenvolvimento de habilidades do século XXI, tais como pensamento crítico, comunicação, colaboração e resolução de problemas, que são essenciais para o sucesso pessoal e profissional dos alunos. Outro ponto positivo da PjBL é a sua capacidade de promover a aprendizagem significativa.

2. Metodologia

Este trabalho, configura-se como pesquisa aplicada de caráter exploratório-descritivo, fundamentada em pesquisa bibliográfica para subsidiar a concepção do aplicativo proposto e a construção de um MVP (*Minimum Viable Product*) para um sistema de controle de pacientes neonatal. No seu desenvolvimento foi utilizada tecnologias como *JavaScript*, *TypeScript* e *React Native*, para melhorar a qualidade e eficiência do aplicativo para atendimento remoto.

O desenvolvimento da aplicação será orientado pelas metodologias: (1) Aprendizado Baseado em Projetos (PjBL) como método para construção do conhecimento; (2) a Metodologia de Startup Canvas, para estruturação do projeto; (3) aplicando técnicas de Growth Hacking, com a finalidade de alavancar o projeto. Cujas finalidades são para garantir com qualidade o processo de desenvolvimento centrado no usuário.

3. Resultados e Discussão

A utilização da metodologia PjBL, foi imprescindível para o sucesso deste projeto, com ela foi possível construir conhecimentos importantes na condução do TCC.

Segundo Thomas (2000), a PjBL é uma abordagem pedagógica na qual os alunos aprendem através da realização de projetos que envolvem investigação ativa e resolução de problemas do mundo real. Nesta abordagem, os projetos são o ponto central do processo de ensino e aprendizagem, proporcionando aos alunos a oportunidade de explorar, descobrir e construir conhecimento de maneira autônoma e colaborativa. No cerne da Metodologia PjBL está a concepção de projetos autênticos e significativos que envolvem os alunos em atividades desafiadoras e interdisciplinares.

Segundo Bender (2016) uma das principais razões de atingir o sucesso no uso da metodologia PjBL em projetos na educação, é porque motiva positivamente os discentes na condução dos seus trabalhos. Quando os alunos enxergam que o trabalho produzido está fazendo algo de bom pela comunidade, se sentem motivados. Eles consideram que é muito diferente de estar decorando tabuada ou regras gramaticais.

A figura 1 abaixo apresentada o esquema de funcionamento da metodologia PjBL, mostrando as fases de desenvolvimento.

Figura 1 - Fases do desenvolvimento da metodologia PjBL



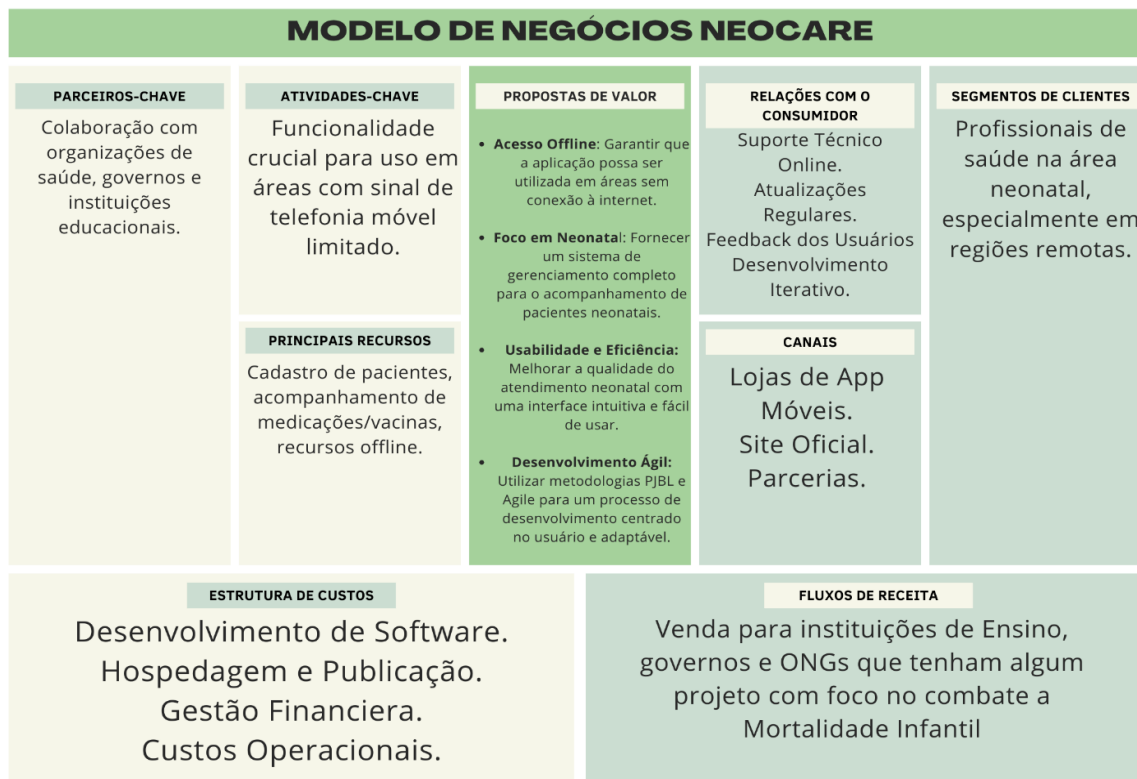
Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/813884963908782723/>

De acordo com Zaidan (2023), a Metodologia *Canvas* é fundamentada na criação de uma representação visual e simplificada de um modelo organizacional, facilitando sua compreensão, comunicação e iteração. Originada da tese de doutorado de Alexander Osterwalder em 2004, a abordagem *Canvas* propõe uma ontologia para relacionar os elementos essenciais de um negócio, resultando no *Business Model Canvas (BMC)*.

Já o Método da Startup *Canvas* descrita por Pasqualetto (2017) tem se destacado como uma ferramenta eficaz para o desenvolvimento de modelos de negócios. Segundo Osterwalder e Pigneur (2010), "um modelo de negócios é a lógica pela qual uma organização cria, entrega e captura valor, integrando elementos essenciais como proposta de valor, segmentos de clientes e canais de distribuição." Essa definição enfatiza a importância de entender como diferentes componentes interagem para criar valor no mercado.

A figura 2 a seguir mostra os quadros de funcionamento da metodologia *Canvas*, apresentando cada um dos seus componentes.

Figura 2 - Modelo de Negócio (Canvas) do Projeto



Fonte: <https://melhoreseunegocio.blogspot.com/2015/07/canvas.html>

Conforme destacado por Ellis (2014), um dos precursores do conceito, o define como: “a prática de encontrar maneiras inteligentes de adquirir e reter clientes em escala”. Esse entendimento implica que os *Growth Hackers* estão constantemente testando novas ideias e estratégias, utilizando ferramentas de análise de dados para avaliar o impacto e adaptando-se rapidamente às mudanças no mercado e nas preferências dos consumidores. Além disso, o sucesso desta metodologia depende da colaboração entre equipes multidisciplinares, que integram habilidades de *marketing*, desenvolvimento de produtos, análise de dados e design para criar abordagens integradas e eficazes para o crescimento.

A figura 3 a seguir apresenta as etapas de funcionamento da metodologia Growth Hacking.

Figura 3 - Esquema da Metodologia Growth Hacking



Fonte: <https://growthhacking486.wordpress.com/2017/06/02/funil-de-growth-hacking/>

O projeto NeoCare se propõe a alcançar resultados significativos no desenvolvimento de uma aplicação móvel para consultas e pronto atendimento neonatal. A aplicação está sendo construída utilizando tecnologias avançadas como *JavaScript*, *TypeScript* e *React Native*, o que permite a criação de uma plataforma robusta e eficiente. Durante o ano de 2024, o aplicativo demonstra certo potencial para reduzir a mortalidade infantil, que segundo o Painel de Monitoramento da Mortalidade Infantil e Fetal, em 2023 (dados preliminares), foram registradas 20,2 mil mortes evitáveis em todo Brasil.

A metodologia AIDPI NeoNatal por sua vez, representa uma abordagem revolucionária no campo da pediatria, especialmente projetada para melhorar o atendimento neonatal em regiões remotas e carentes. Originada da colaboração entre a Organização Mundial de Saúde (OMS) e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), essa metodologia é parte integrante do projeto Neocare, que visa transcrever materiais essenciais para o formato digital e móvel.

A principal inovação da aplicação Neocare, é sua capacidade de funcionar *offline*, permitindo que profissionais de saúde em comunidades isoladas tenham acesso a informações vitais e ferramentas de gerenciamento de pacientes sem a necessidade

de conectividade à *internet*. Isso é crucial para garantir que o atendimento neonatal não seja interrompido, mesmo em condições adversas.

O projeto NeoCare se propõe a alcançar resultados significativos no desenvolvimento de uma aplicação móvel para consultas e pronto atendimento neonatal. A aplicação está sendo construída utilizando tecnologias avançadas como *JavaScript*, *TypeScript* e *React Native*, o que permite a criação de uma plataforma robusta e eficiente. Durante o ano de 2024, o aplicativo demonstra certo potencial para reduzir a mortalidade infantil, que segundo o Painel de Monitoramento da Mortalidade Infantil e Fetal, em 2023 (dados preliminares), foram registradas 20,2 mil mortes evitáveis em todo Brasil.

A discussão centra-se na capacidade do aplicativo de funcionar offline, o que é crucial para regiões remotas com acesso limitado à *internet*. A metodologia de desenvolvimento ágil e centrada no usuário, orientada pelas práticas *PJBL* e *AGILE*, foi fundamental para o sucesso do projeto. A colaboração com estudantes de medicina da UniFOA para testes e validação da aplicação podem garantir que a solução seja praticada e atenda às necessidades reais dos profissionais de saúde.

4. Conclusões

O desenvolvimento do aplicativo NeoCare demonstra ser um avanço significativo na área de atendimento neonatal, especialmente em comunidades carentes e regiões de difícil acesso. A aplicação, através dos testes efetuados vem constatando sua eficácia ao permitir o funcionamento offline, essencial para garantir o acesso em locais com conectividade limitada.

Comprovou-se também a eficácia da implementação das metodologias *PJBL* e *Enxuta* resultando em um processo de desenvolvimento ágil e centrado no usuário, com a participação ativa de estudantes de medicina da UniFOA nas fases de testes, sob supervisão da Dr.^a Márcia Dorcelina. Isso não apenas garantindo a validação do aplicativo por profissionais da área, como também proporcionando um *feedback* valioso para o aprimoramento contínuo do projeto.

O projeto NeoCare no seu foco um potencial significativo para reduzir a mortalidade infantil, oferecendo um sistema de gerenciamento completo para o acompanhamento de pacientes neonatais. Com funcionalidades como cadastro de pacientes, acompanhamento de medicações e vacinas, e manutenção de prontuários médicos, o aplicativo se destaca como uma solução tecnológica inovadora que promete melhorar a eficácia das consultas e o acompanhamento de pacientes neonatais.

Referências

BENDER, Willian N. **Aprendizagem Baseada em Projetos**. Rio Grande do Sul. Editora Penso: UFRGS, 2016. 154 p.

ELLIS, S. **Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising**. Disponível em: <https://www.academia.edu/7884952/GrowthHackerMarketingAPrimerontheFutureofPRMarketingandAdvertisingAPenguinSpecialfromPortfolioAcesso> em: Acesso em: 14 set. 2024.

HMELO-SILVER, C. E.; DUNCAN, R. G.; CHINN, C. A. Scaffolding and achievement in problem-based and inquiry learning. *Educational Psychologist*, v. 42, n. 2, p. 99-107, 2007.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers**. 1. ed. [S.I.]: Wiley, 2010. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4453284/mod_resource/content/1/Business-Model-Generation.pdf. Acesso em: 04 set. 2024.

PASQUALETTO, Terrimar Ignácio; VEIT, Eliane Angela; ARAUJO, Ives Solano; **Aprendizagem Baseada em Projetos no Ensino de Física: uma Revisão da Literatura**. *Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências*. Minas Gerais, v. 17, n. 2, p. 551-577, 2017. Disponível em: <https://seer.ufmg.br/index.php/rbpec/article/view/3505/6092>. Acesso em: 22 ago. 2024.

THOMAS, J. W. **A Review of Research on Project-Based Learning**. 2000. Disponível em: http://www.bobpearlman.org/BestPractices/PBL_Research.pdf. Acesso em: 20 set. 2024.

Z Aidan, Fernando. **Metodologia Canvas: o caminho para um planejamento assertivo**. 2023. Disponível em: <https://itforum.com.br/colunas/metodologia-canvas-o-caminho-para-um-planejamento-assertivo/>. Acesso em: 07 mai. 2024.

RECOMENDATECH: UMA APLICAÇÃO DE CIÊNCIA DE DADOS APLICADA A SISTEMAS DE RECOMENDAÇÃO

RECOMENDATECH: A DATA SCIENCE APPLICATION APPLIED TO RECOMMENDER SYSTEMS

REIS, F. L. C.¹; GUARNIERI, G. S.¹; SILVA, M. A. V.¹; REIS, R. E.¹; SIQUEIRA F., V.¹; FIGUEIREDO, A. M.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
felipelascasas7@gmail.com

Resumo: Este estudo investiga o impacto de sistemas de recomendação aplicados com ciência de dados. A partir de uma ampla revisão bibliográfica, foram analisados diversos conhecimentos relacionados a este campo de pesquisa. A análise contribui para a compreensão dos benefícios e desafios da aplicação da ciência de dados em recomendações de livros, explorando possibilidades de uso em contextos empresariais. As metodologias *PjBL*, *Canvas*, *Scrum* e *Growth Hacking* foram destacadas como formas de melhorar a eficiência e transparência dos sistemas de recomendação por meio da inovação tecnológica. Os resultados indicam que a aplicação da ciência de dados em sistemas de recomendação oferece inúmeros benefícios, como personalização e melhoria da experiência do usuário. No entanto, desafios como a falta de transparência e a complexidade dos algoritmos foram destacados. As metodologias *PjBL*, *Canvas*, *Scrum* e *Growth Hacking* mostraram-se eficazes na abordagem desses desafios, proporcionando *frameworks* estruturados para a inovação tecnológica. A discussão sugere que a integração de metodologias ágeis e inovadoras pode melhorar significativamente a eficiência e transparência dos sistemas de recomendação, levando a sistemas mais robustos e adaptáveis em contextos empresariais.

Palavras-chave: Ciência de dados. sistema de recomendação. aprendizagem baseada em projetos. inteligência artificial.

Abstract: This study investigates the impact of recommender systems implemented using data science. Based on an extensive literature review, various concepts related to this research field were analyzed. The analysis contributes to understanding the benefits and challenges of applying data science to book recommendations, exploring potential use cases in business contexts. The methodologies *PjBL*, *Canvas*, *Scrum*, and *Growth Hacking* were highlighted as means to enhance the efficiency and transparency of recommender systems through technological innovation. The results indicate that applying data science to recommender systems offers numerous benefits, such as personalization and improved user experience. However, challenges such as lack of transparency and algorithmic complexity were also identified. The *PjBL*, *Canvas*, *Scrum*, and *Growth Hacking* methodologies proved effective in addressing these challenges by providing structured frameworks for technological innovation. The discussion suggests that integrating agile and innovative methodologies can significantly improve the efficiency and transparency of recommender systems, leading to more robust and adaptable systems in business environments.

Keywords: Data science. Recommender system. Project-based learning. Artificial intelligence.

1. Introdução

Os sistemas de recomendação têm se tornado cada vez mais prevalentes em diversas indústrias. Com o avanço da ciência de dados, essas ferramentas evoluíram significativamente, proporcionando experiências personalizadas aos usuários. Este estudo visa empregar ciência de dados na criação de um sistema de recomendação que irá captar informações dos usuários para oferecer sugestões alinhadas ao seu perfil, assim o uso da Inteligência Artificial efetuará um paralelo entre as partes, ou seja, entre os anseios do usuário com a biblioteca de livro disponibilizada. A ciência de dados extrai insights de conjuntos de dados complexos, combinando teorias e técnicas de matemática, estatística e inteligência artificial. Dados.

Conforme definido por Carvalho e Lorena (2016), são observações da realidade, enquanto a informação surge da ordenação e análise desses dados para sintetizar algo novo. Com base em tal premissa, foi desenvolvido um aplicativo de recomendação inteligente para ajudar na escolha de um próximo livro. Para isso, será utilizado algoritmos avançados de análise de dados, o sistema sugere livros de acordo com os interesses e perfil de cada usuário.

Os objetivos deste estudo são de desenvolver um sistema de recomendação de livros utilizando técnicas de ciência de dados; analisar os benefícios e desafios da aplicação de algoritmos de recomendação neste contexto; avaliar a eficácia de metodologias como *PjBL*, *Canvas*, *Scrum* e *Growth Hacking* na busca pela melhoria da eficiência e transparência da recomendação; contribuir para o avanço do conhecimento no campo da ciência de dados aplicada à recomendação de livros, fornecendo perspectivas importantes para profissionais da indústria editorial, bibliotecários e desenvolvedores de sistemas interessados em explorar o potencial dessas ferramentas.

A justificativa desta pesquisa baseia-se na crescente demanda por sistemas de recomendação personalizados, que não só melhoram a experiência do usuário, mas também potencializam o engajamento e a satisfação dos clientes em plataformas. A inovação tecnológica e a aplicação de métodos ágeis e inovadores são essenciais para desenvolver sistemas mais eficientes e transparentes, capazes de lidar com a complexidade e a dinâmica dos dados dos usuários.

Este estudo visa investigar o impacto desses sistemas quando aplicados com técnicas de ciência de dados, analisando seus benefícios e desafios. Além disso, serão

exploradas metodologias relacionadas acima para avaliar como a inovação tecnológica pode melhorar a eficiência e transparência desses sistemas.

2. Metodologia

A base de estruturação da idealização deste projeto, foi feita através de pesquisas bibliográficas, a fim de contextualizar saberes importantes para o desenvolvimento e construção do aplicativo.

Diversas ferramentas serão empregadas na construção do projeto, pois como se trata de um projeto de *Machine Learning*, a linguagem de programação *Python*, e *frameworks* são indispensáveis. Também será necessário o uso do controle de versionamento através do *Git*, amplamente utilizado para gerenciar e rastrear as alterações no código fonte.

No contexto deste estudo, focou-se em projetos de aprendizagem como ferramenta pedagógica para uma aprendizagem significativa e contextualizada na Educação Profissional e Tecnológica (EPT).

3. Resultados e Discussão

A análise dos sistemas de recomendação revelou uma série de desafios e problemas enfrentados por essas ferramentas. De acordo com Çano e Morisio (2019), alguns dos principais problemas encontrados são os seguintes:

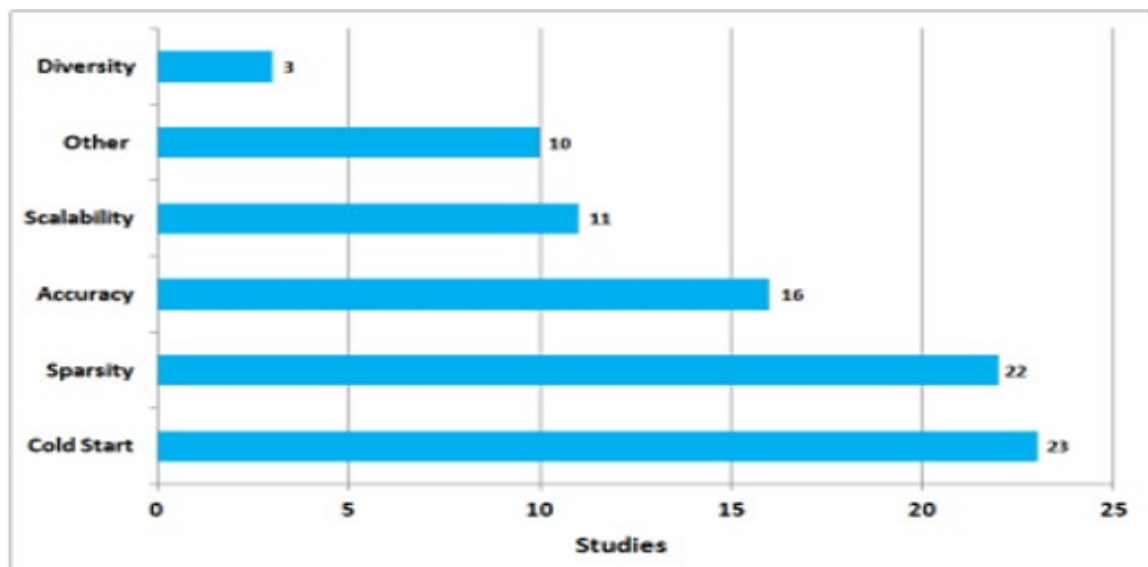
1. **Dados Esparsos:** Refere-se à falta de informações suficientes sobre as preferências dos usuários ou sobre os itens a serem recomendados, o que pode limitar a precisão das recomendações.
2. **Itens Sinônimos:** Quando existem itens com características semelhantes, pode haver dificuldade em distinguir entre eles, levando a recomendações imprecisas ou redundantes.
3. **Diversidade:** A falta de diversidade nas recomendações pode resultar em uma experiência limitada para o usuário, sem considerar uma ampla gama de preferências.
4. **O Problema da Ovelha Cinza:** Refere-se a situações em que os itens não se enquadram claramente em nenhuma categoria ou perfil de usuário, dificultando a recomendação precisa.

5. **Cold Start:** Este problema surge quando um novo usuário se junta ao sistema e não há informações suficientes disponíveis para fazer recomendações personalizadas, o que pode resultar em uma experiência inicial insatisfatória.

A compreensão desses problemas é essencial para o desenvolvimento e aprimoramento de sistemas de recomendação mais eficazes, que possam superar esses obstáculos e proporcionar uma experiência mais satisfatória aos usuários.

A figura 1 a seguir apresenta com relação aos concorrentes os principais problemas a serem enfrentados.

Figura 1 - Problemas mais abordados



Fonte: Correia (2019)

Além disso, a análise revelou que a aplicação da ciência de dados em sistemas de recomendação oferece inúmeros benefícios, como personalização e melhoria da experiência do usuário. No entanto, desafios como a falta de transparência e a complexidade dos algoritmos foram destacados. As metodologias *PjBL*, *Canvas*, *Scrum* e *Growth Hacking* mostraram-se eficazes na abordagem desses desafios, proporcionando *frameworks* estruturados para a inovação tecnológica.

Segundo Barbosa e Moura (2013), os projetos são empreendimentos limitados com objetivos claros, originados a partir de problemas, necessidades, oportunidades ou interesses individuais, grupais ou organizacionais.

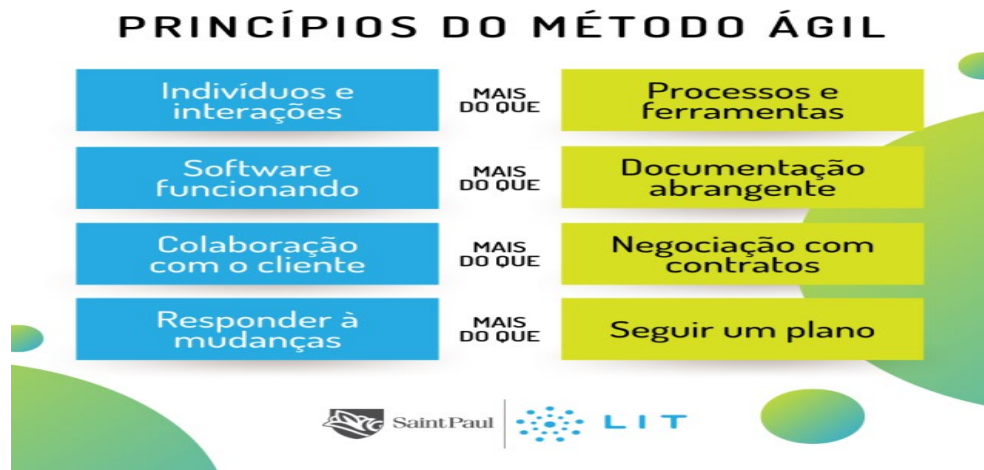
Os autores acima descrevem que esses projetos são reconhecidos por sua capacidade de promover uma aprendizagem significativa, contrastando com

abordagens tradicionais mais teóricas e descontextualizadas. Um dos princípios-chave da *PjBL* (Aprendizado Baseado em Projetos) é a consideração de situações reais relevantes para o contexto do projeto em questão, contribuindo para superar o modelo educacional tradicional centrado na abstração verbal.

De acordo com Barbosa e Matos (2022), os projetos proporcionam uma aprendizagem significativa para os alunos, permitindo que reflitam sobre o processo de ensino-aprendizagem e se tornem investigadores do próprio aprendizado. Ao lidar com questões complexas relacionadas ao seu contexto, os alunos são desafiados a dialogar com a realidade. Há discussões sobre a necessidade de um ensino transformador que promova mudanças relevantes na vida do aluno, tornando-o protagonista na construção do conhecimento.

No tocante a metodologia Scrum de acordo com Sbrocco e Macedo (2012), as metodologias ágeis historicamente surgem como resposta às metodologias tradicionais que em sua maioria apresentavam uma rigidez limitante na execução de projetos. A ruptura ocorreu numa reunião em 2001, sendo elaborado um documento que foi chamado de “manifesto ágil”, nele, continha uma série de princípios ágeis.

Figura 2 - Princípios do Método Ágil



Fonte: https://www.saintpaul.com.br/cursos/educacao-executiva/metodo-agil?srsItd=AfmBOoq_0NvMHYSpWn_oJ-R713LILQY7UcYwtvaSHVMSFkdhYKS55uKV

Os autores acima ainda declaram que, a metodologia ágil assegura uma cultura de engajamento do grupo ao fortalecer o senso de cooperação, por fomentar uma perspectiva de unidade ao estabelecer um fluxo constante de comunicação.

De acordo com Zaidan (2023), a Metodologia *Canvas* é fundamentada na criação de uma representação visual e simplificada de um modelo organizacional, facilitando sua compreensão, comunicação e iteração. Originada da tese de doutorado de Alexander Osterwalder em 2004, a abordagem *Canvas* propõe uma ontologia para relacionar os elementos essenciais de um negócio, resultando no *Business Model Canvas (BMC)*.

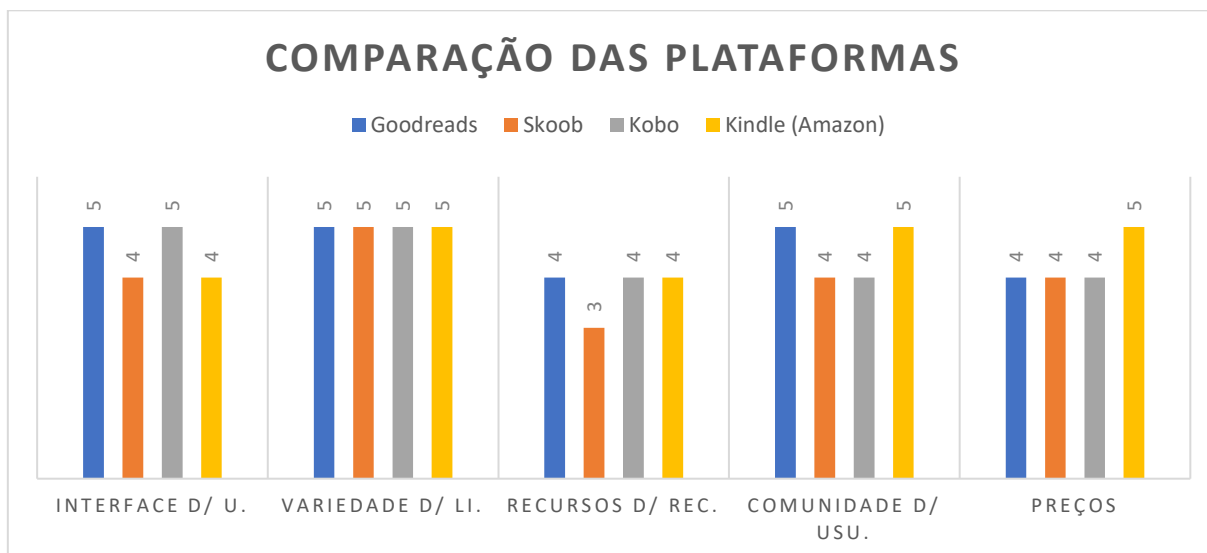
Segundo Cruz e Amato (2023) a metodologia *Growth Hacking*, é focado em experimentação e dados, será aplicado para adaptar o projeto ao mercado competitivo, priorizando estratégias eficientes de *marketing*. Além disso, o *Business Model Canvas* auxiliará no planejamento estratégico, facilitando a visualização e organização dos elementos essenciais do sistema de recomendação, promovendo uma abordagem integrada e alinhada aos objetivos de negócio.

Efetuada uma pesquisa de prováveis concorrentes mostrou que há uma grande demanda por um sistema de recomendação de livros que possa ser personalizado com base nas preferências dos usuários. O uso de algoritmos de aprendizado de máquina para otimizar as recomendações, inspirado em sistemas como o da *Amazon Kindle*, é relevante, de acordo com a pesquisa bibliográfica.

O sistema está enfrentando concorrência de outras plataformas que usam sistemas de recomendação, como bibliotecas online e plataformas de leitura digital. Um gráfico comparativo mostra que os concorrentes se destacam na interface de usuário, na variedade de livros, nos recursos de recomendação e na participação da comunidade.

O principal diferencial do sistema é o uso de sofisticados algoritmos desenvolvidos em Python, que integram inteligência artificial e machine learning para fornecer recomendações altamente personalizadas, levando em consideração o comportamento, o histórico de uso e as preferências dos usuários. Além disso, a interface do sistema, construída com HTML, CSS e JavaScript.

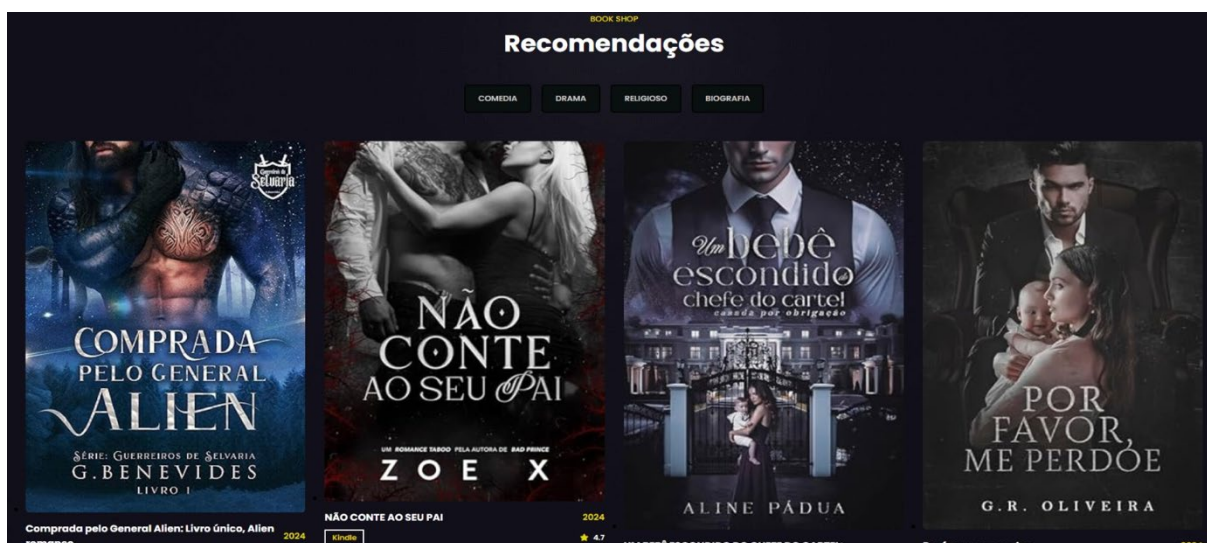
Gráfico 1 - Comparação entre os concorrentes



Fonte: Desenvolvido pela equipe (2024).

Os resultados indicam que a integração de metodologias ágeis e inovadoras pode melhorar significativamente a eficiência e transparência dos sistemas de recomendação. Em comparação com estudos anteriores, nosso trabalho destaca a importância de uma abordagem multidisciplinar, combinando ciência de dados com práticas de gestão de projetos. Isso pode levar a sistemas mais robustos e adaptáveis em contextos empresariais.

Figura 3 - Protótipo de tela



Fonte: Correia (2019)

4. Conclusões

Este estudo explorou a aplicação da ciência de dados no desenvolvimento de sistemas de recomendação de livros, destacando a importância dessas tecnologias

para personalizar sugestões de leitura. As metodologias PjBL, *Canvas*, *Scrum* e *Growth Hacking* foram eficazes na estruturação do projeto, proporcionando um *framework* sólido para inovação.

Os desafios comuns, como dados esparsos, itens sinônimos, falta de diversidade, problema da ovelha cinza e *cold start*, foram enfrentados com técnicas avançadas de inteligência artificial e aprendizado de máquina, resultando em recomendações mais precisas e personalizadas. A integração dessas tecnologias aprimorou a experiência do usuário, promovendo uma leitura mais satisfatória.

Este trabalho contribui para o avanço da ciência de dados aplicada a sistemas de recomendação de livros, oferecendo *insights* para profissionais da indústria editorial, bibliotecários e desenvolvedores. As práticas metodológicas apresentadas podem servir de base para futuros desenvolvimentos e pesquisas, incentivando a criação de sistemas de recomendação cada vez mais inteligentes e eficazes.

Referências

BARBOSA, Carlos Henrique de Sousa; MATOS, Emanuelle Oliveira da Fonseca. **Aprendizagem Baseada em Projetos: A Didática como Orientadora da Prática Pedagógica**. Ensino Em Perspectivas, 3(1), 1–11. 2022. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/ensinoemperspectivas/article/view/8763>. Acesso em: 24 fev. 2024.

BARBOSA, E. Fernandes; MOURA, D. Guimarães de. **Metodologias ativas de aprendizagem na Educação Profissional e Tecnológica**. Boletim Técnico Do Senac, 39(2), 48-67. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.26849/bts.v39i2.349>. Acesso em: 24 fev. 2024.

ÇANO, Erion; MORISIO, Maurizio. 2019. Sistemas Híbridos de Recomendação: uma revisão Sistemática da Literatura. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1901.03888>. Acesso em: 17 mai. 2024.

CARVALHO, André C. P. L. F de; LORENA, Ana C. Introdução à Computação - Hardware, Software e Dados. Grupo GEN, 2016. E-book. ISBN 9788521633167. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521633167/>. Acesso em: 18 fev. 2024.

CRUZ, B. A. D. da; AMATO, L. Growth Hacking: A Estratégia Inovadora de Marketing para Fazer Crescer uma Empresa. Aquila, v. 1, n. 28, p. 43-60, 11 abr. 2023. Acesso em: 24 fev. 2024.

SBROCCO, José Henrique Teixeira de C.; MACEDO, Paulo Cesar de. **Metodologias Ágeis - Engenharia de Software sob Medida**. Editora Érica, 2012. E-book. ISBN 9788536519418. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536519418/>. Acesso em: 25 fev. 2024.