

UNIFEV – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOTUPORANGA
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

GUSTAVO GODOY DOS SANTOS
JÚLIA GARCIA DE OLIVEIRA CAMPANHA

CONECTANDO HISTÓRIAS: A REESTRUTURAÇÃO DA ROTA ROMÂNTICA

VOTUPORANGA
2024

GUSTAVO GODOY DOS SANTOS
JÚLIA GARCIA DE OLIVEIRA CAMPANHA

CONECTANDO HISTÓRIAS: A REESTRUTURAÇÃO DA ROTA ROMÂNTICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Publicidade e Propaganda do Centro
Universitário de Votuporanga - Unifev, sob
orientação do Prof. Me. Vinicius Sanchez dos
Santos.

VOTUPORANGA

Santos, Gustavo Godoy dos.

Conectando histórias : a reestruturação da Rota Romântica. / Gustavo Godoy dos Santos; Júlia Garcia de Oliveira Campanha. - Votuporanga. Ed. do Autor, 2024.

125 p., 30cm.: il., tab.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação - Bacharelado) - UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga, Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, 2024.

Orientador: Prof. Me. Vinicius Sanchez dos Santos.

1.Revitalização. 2. Empresa. 3. Modernizar. 4. Identidade. 5. Conteúdo.
I. Campanha, Júlia Garcia de Oliveira. II. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unifev.

Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Bibliotecária Responsável: Marcia Faria Cavalcante - CRB-8/ 10706

2024

GUSTAVO GODOY DOS SANTOS
JÚLIA GARCIA DE OLIVEIRA CAMPANHA

CONECTANDO HISTÓRIAS: A REESTRUTURAÇÃO DA ROTA ROMÂNTICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Votuporanga - Unifev, sob orientação do Prof. Me. Vinicius Sanchez dos Santos.

Aprovados: 26/11/2024.

Primeiro examinador

Nome: Profa. Esp. Manoela dos Santos Sanchez
Instituição: Unifev – Centro Universitário de Votuporanga

Segundo examinador

Nome: Profa. Ma. Silvia Brandão Cuenca Stipp
Instituição: Unifev – Centro Universitário de Votuporanga

Prof. Orientador

Nome: Vinicius Sanchez dos Santos
Instituição: Unifev – Centro Universitário de Votuporanga

VOTUPORANGA

2024

Aos meus avós, guardiões de histórias e de afetos. Eu, Gustavo, dedico este trabalho a vocês, que me ensinaram a força da perseverança, a beleza da simplicidade e o valor do amor incondicional. Que este marco seja uma pequena homenagem a grandeza dos seus legados em minha vida.

Dedico este trabalho á luz da minha vida, meu avô;
Por todas as risadas sinceras, abraços apertados e apelidos carinhosos, por você, por nós - sempre presente em meu coração e em meus pensamentos, porque assim você nunca está longe.
Com todo o amor que há em mim, Júlia.

AGRADECIMENTOS

Chegar ao fim desta jornada é, sem dúvida, um momento de imensa gratidão e realização. Primeiramente, agradecemos a Deus, que nos guiou e nos deu força em cada etapa desse processo. Sua presença nos trouxe coragem e fé nos momentos de desafio, permitindo que continuássemos com determinação e esperança.

Aos nossos professores, que compartilharam conosco não apenas o conhecimento, mas também sua paixão pela publicidade e propaganda, nossos mais sinceros agradecimentos. Vocês foram fundamentais para que pudéssemos crescer não só como profissionais, mas como pessoas. Em especial, queremos expressar nossa gratidão ao nosso orientador, que nos acompanhou com paciência, sabedoria e apoio inabalável, ajudando-nos do começo ao fim com um sorriso no rosto.

Aos nossos familiares, que estiveram sempre ao nosso lado, com palavras de incentivo, amor e compreensão, somos profundamente gratos. O apoio de vocês nos deu o conforto e a motivação que precisávamos para persistir, mesmo nos dias mais difíceis.

Por fim, agradecemos ao dono da empresa Rota Romântica, que acreditou em nosso potencial e confiou em nosso trabalho. Seu apoio foi mais do que profissional; foi um gesto de incentivo e parceria que nos inspirou a dar o nosso melhor.

A todos vocês, nosso mais sincero e profundo agradecimento. Sem cada um de vocês, esta conquista não seria possível.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como foco a revitalização da marca Rota Romântica, uma empresa especializada no aluguel de carros antigos para casamentos. O projeto visa modernizar a identidade da marca, destacando seu apelo emocional e visual para o público-alvo. As principais ações incluem a criação de uma nova logomarca, desenvolvimento de conteúdos para mídias sociais e campanhas de divulgação, além de parcerias estratégicas com floriculturas e lojas de vestidos de noiva. A pesquisa envolveu análise de feedbacks positivos do público e mensuração dos resultados das postagens, demonstrando o impacto positivo das ações implementadas. O trabalho enfatiza a importância de uma presença sólida nas mídias sociais para o sucesso de negócios que atuam no segmento de casamentos.

Palavras-chave: Revitalização, empresa, modernizar, identidade, conteúdo, análise, presença.

ABSTRACT

This course completion work focuses on revitalizing the Rota Romântica brand, a company specialized in renting old cars for weddings. The project aims to modernize the brand's identity, highlighting its emotional and visual appeal to the target audience. The main actions include the creation of a new logo, development of content for social media and publicity campaigns, as well as strategic partnerships with flower shops and wedding dress stores. The research involved analyzing positive feedback from the public and measuring the results of the posts, demonstrating the positive impact of the implemented actions. The work emphasizes the importance of a solid presence on social media for the success of businesses operating in the wedding segment.

Keywords: Revitalization, company, modernize, identity, content, analysis, presence.

SUMÁRIO

1. AGÊNCIA.....	04
2.1 Nome da agência	04
1.2 Integrantes	04
2. MANUAL DE MARCA	05
3. PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	16
3.1 Cliente	16
3.2 Dados da empresa	16
3.3 Linha de produtos/serviços	16
3.4 História da empresa	16
3.5 Histórico da comunicação	16
3.6 Organograma	17
3.7 Informações do produto	17
3.8 Produto	18
3.9 Mercado	18
3.10 Consumidor	19
3.11 Preço	19
3.12 Razões de compra	19
3.13 Imagem da Marca do Produto	20
3.14 Consumidor	20
3.15 Distribuição	20
3.16 Concorrência	21
3.17 Impacto do cenário ambiental no produto	21
3.17.1 Ambiente econômico	21
3.17.2 Ambiente tecnológico	21
3.17.3 Ambiente público e político	22
4. ANÁLISE SWOT	22
4.1 Forças	22
4.2 Fraquezas	23
4.3 Ameaças	23
4.4 Oportunidades	23

4.5 Missão	24
4.6 Visão	24
4.7 Valores	24
5. PESQUISA	25
5.1 Pesquisa de Mercado	25
5.2 Introdução	25
5.3 Problemas	25
5.4 Objetivo de pesquisa	25
5.5 Metodologia da pesquisa	25
5.6 Tipo de pesquisa	25
5.7 Método de pesquisa	26
5.8 Amostragem	26
5.9 Coleta de dados	26
5.10 Tabulação com gráficos	26
5.11 Diagnóstico	33
6. OBJETIVOS E METAS	34
6.1 Objetivos de marketing	34
6.2 Objetivos de comunicação	34
6.3 Metas de comunicação	34
7. BRIEFING DE CRIAÇÃO	35
7.1 Fato Principal	35
7.2 Problema que a propaganda deve resolver	35
7.3 Efeito que se espera	35
7.4 Benefícios	35
7.4.1 Semelhantes aos da concorrência	35
7.4.2 Diferente aos da concorrência	36
7.4.3 Promessa	36
7.4.4 Razão da promessa	36
8. EVENTO	37
8.1 Introdução	37
8.2 Tema	37
8.3 Nome do evento	37
8.4 Data e hora	37
8.5 Objetivo	37

8.6 Justificativa	37
8.7 Público-alvo	37
8.8 Organizador	37
8.9 Programação	37
8.10 Brindes	38
9. MANUAL DE IDENTIDADE DA MARCA	39
10. MÍDIA E ORÇAMENTO	58
10.1 Verba de veiculação	58
10.2 Verba de produção	58
10.3 Continuidade	58
10.4 Cobertura	58
10.5 Frequência	58
10.6 Intensidade	58
10.7 Meios que serão utilizados	59
10.8 Estimativa de custos	59
10.9 Fatores determinantes para a seleção	59
10.10 Mapa de mídia	59
11. CUSTO TOTAL DA CAMPANHA	100
12. CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
13. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
14. ARTIGO CIENTÍFICO	103
15. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	114

1. AGÊNCIA

1.1. Nome da agência

STAFF.

1.2. Integrantes

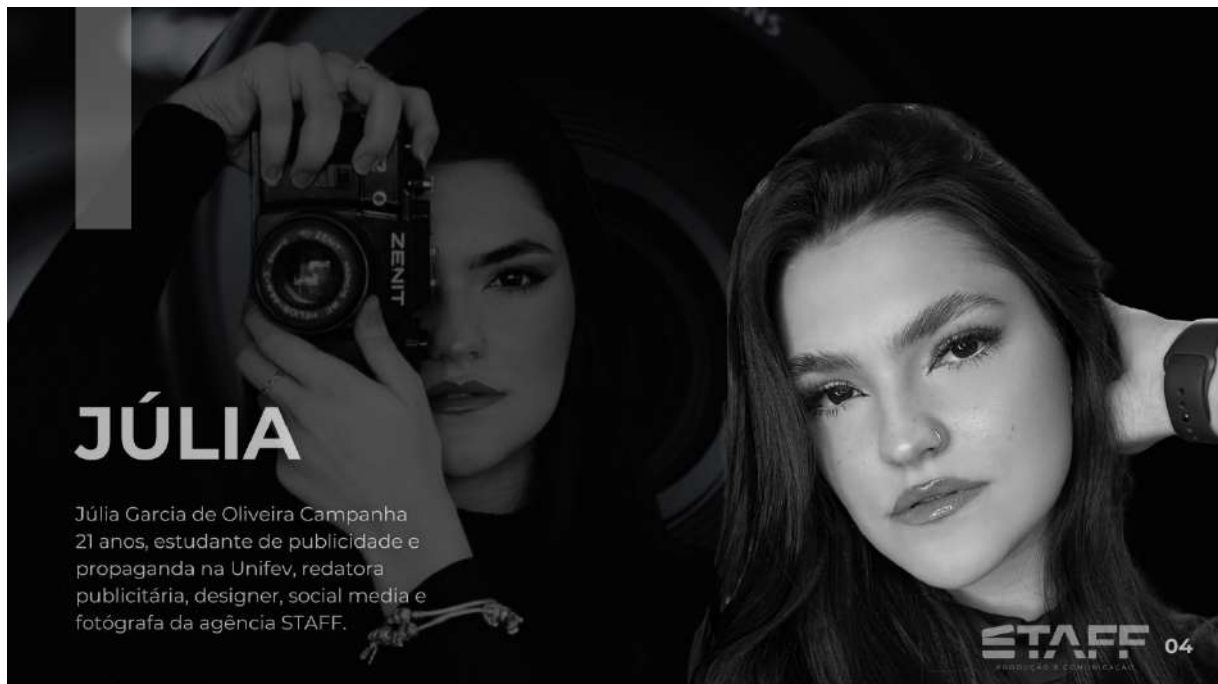
Gustavo Godoy dos Santos e Júlia Garcia de Oliveira Campanha.

2. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



SUMÁRIO

- 02. Quem somos
- 05. Conceito
- 06. Assinatura
- 08. Área de proteção e redução máxima
- 10. Paleta de cores
- 14. Padrão tipográfico
- 16. Aplicações e brindes





GUSTAVO

Gustavo Godoy dos Santos
23 anos, estudante de publicidade e
propaganda na Unifev, diretor de
criação, produtor, videomaker e
gestor de contas da agência STAFF.

03



CONCEITO

Uma agência de produção de eventos que transforma o seu momento, além de transformar suas ideias em ações que geram resultado através de todo o material produzido, sendo eles: fotos, vídeos, artes visuais e videoclipes.

Planejamos, criamos e executamos o projeto do seu evento do início ao fim, fazendo todo o acompanhamento para garantir o sucesso do seu evento, sendo assim, uma agência que faz com que os clientes ganhem eficiência, economizem tempo e deixem sua marca viva na memória do seu público.

STAFF
PRODUÇÃO & COMUNICAÇÃO

05

ASSINATURA

Nosso logotipo foi pensado e desenvolvido buscando maneiras de unir uma claquete a uma letra "S", letra inicial do nome da marca. Somada a corte entre as letras do título, para representar os cortes de vídeos.



ÁREA DE PROTEÇÃO E REDUÇÃO MÁXIMA

A malha de construção (grid) serve de apoio para a reprodução manual da marca ou dos produtos da STAFF. Deve-se manter uma área de proteção em torno do logo com uma distância mínima, conforme indicado.

O mesmo terá um limite de redução para que a marca STAFF não perca sua perfeita legibilidade e identificação em nenhum momento de sua reprodução.

ÁREA DE PROTEÇÃO E REDUÇÃO MÍNIMA



STAFF
PRODUÇÃO & COMUNICAÇÃO

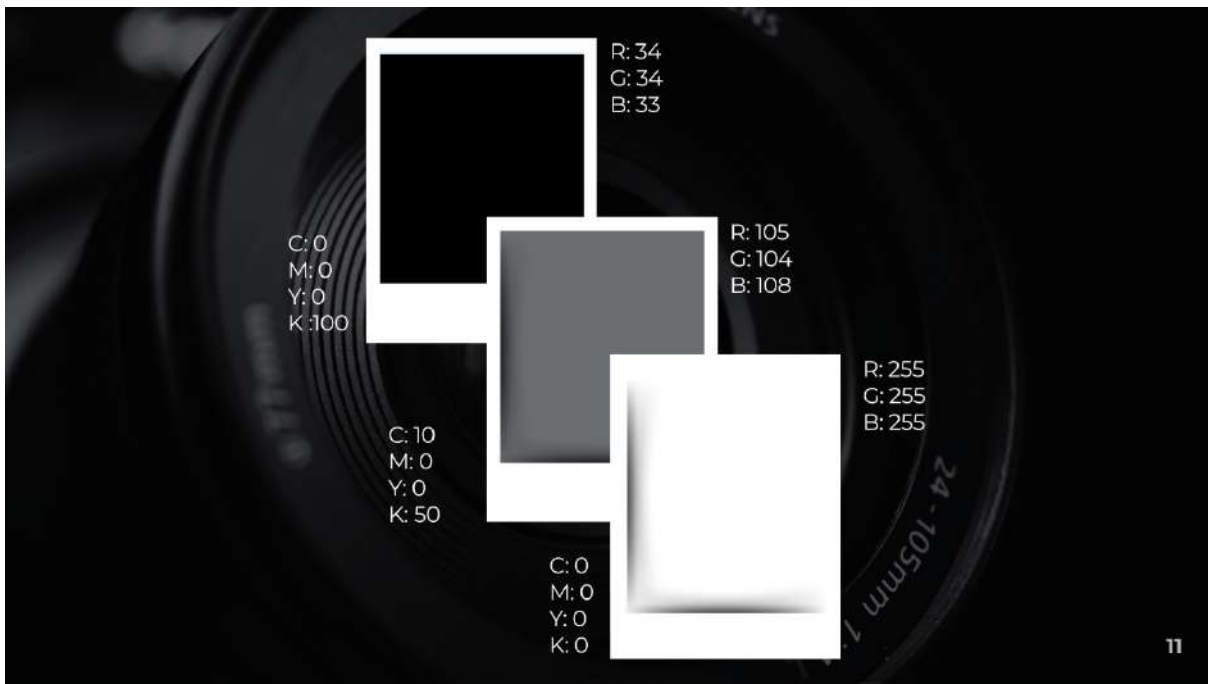
13

PALETA DE CORES

Os ícones que compõem variações da marca STAFF são todos na versão P&B (preto e branco) e grayscale (escalas de cinza). As variações coloridas já são uma sugestão de aplicação somente para casos específicos.

STAFF
PRODUÇÃO & COMUNICAÇÃO

10



Os ícones que compõem variações da marca STAFF são todos na versão P&B (preto e branco) e grayscale (escalas de cinza). As variações brancas precisam necessariamente serem aplicadas a fundos escuros, já a cinza, se encaixa em fundos claros e escuros.



STAFF



STAFF

STAFF
PRODUÇÃO & COMUNICAÇÃO

As variações pretas precisam necessariamente serem aplicadas a fundos claros, já a cinza, se encaixa em fundos claros e escuros.



STAFF
PRODUÇÃO & COMUNICAÇÃO

13

PADRÃO TIPOGRÁFICO

A tipografia que compõe a palavra da marca foi inteiramente elaborada pela equipe da Staff, já as outras fontes que compõe as assinaturas é a Montserrat e Montserrat bold. Essa família tipográfica é usada também em todos os meios de comunicação da agência.

MONTSERRAT

MONTSERRAT BOLD

STAFF
PRODUÇÃO & COMUNICAÇÃO

14







3. PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

3.1. Cliente

Rota Romântica

3.2. Dados da Empresa:

- Nome fantasia: Rota Romântica
- CPF: 214.473.608-18
- Localização: Rua Mario Benez, número 1177. Fernandópolis - São Paulo
- WhatsApp: (17) 99672-5982
- Instagram: @rota.romantica
- Ano de fundação: 2023

3.3. Linha de Produtos/serviços:

- Produtos: Carros antigos
- Serviços: Aluguel de carros antigos para casamentos

3.4. Histórico da Empresa:

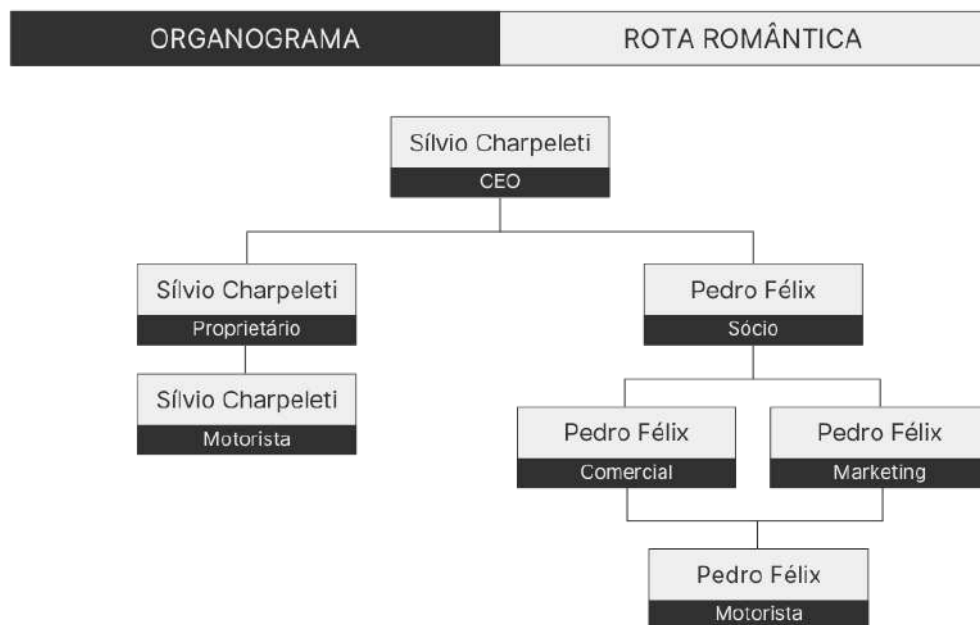
Fundada em 13 de junho de 2023 (coincidentemente, dia de Santo Antônio, mais conhecido como santo casamenteiro), a Rota Romântica teve sua idealização em 2011, quando o dono da empresa, Silvio Charpeleti, conheceu uma empresa do mesmo ramo na capital paulista, onde uniam também, carros antigos e exóticos para aluguel em eventos. Como já cultivava uma paixão por carros antigos desde criança, teve a ideia de unir a paixão ao empreendedorismo, unindo a ideia de alugar os veículos para realizar sonho de noivas e noivos. Com isso, em 2023 surgiu a ideia de colocar em prática, toda a sua coleção particular de carros antigos para conduzir com elegância as noivas ao seu momento mais marcante, e assim eternizar no coração do casal este momento tão mágico e especial.

3.5. Histórico de comunicação:

Inicialmente, a comunicação da empresa era realizada apenas por meio do boca a boca, até que, passaram também a utilizar as mídias on-line, e assim começaram a criação de uma página no Instagram, porém, desde que foi criada, não

houve nenhuma movimentação ativa ou que gerasse algum tipo de resultado para empresa. Além disso, eles não trabalhavam com mais nenhuma mídia, já hoje, a empresa conta com a página do Instagram sendo monitorada e movimentada, contando também com as redes dos proprietários e os compartilhamentos pelo WhatsApp.

3.6. Organograma



3.7. Informações do produto/serviço

A Rota Romântica entende que cada casamento é importante, por isso, o atendimento é feito de maneira personalizada, ajustando serviços as necessidades específicas de cada um. E, também, oferece uma frota exclusiva de veículos clássicos para aluguel em eventos, tendo como foco principal, casamentos. Além de trazer o serviço de motorista, onde tem profissionais experientes que estarão uniformizados e vestidos a caráter (utilizando cap, luvas e roupa social), prontos para

garantir que o(a) cliente chegue ao seu destino com estilo e pontualidade. Com a Rota Romântica, o transporte no seu casamento será tão memorável quanto resto do seu dia especial.

Portanto, as informações de produtos e serviços podem ser consideradas da seguinte forma:

Serviço:

- Atendimento personalizado, ajustando serviços às necessidades específicas de cada cliente.
- Serviço de motorista com profissionais experientes, uniformizados e vestidos a caráter (utilizando cap, luvas e roupa social), garantindo que o(a) cliente chegue ao seu destino com estilo e pontualidade.

Produto:

- Frota exclusiva de veículos clássicos para aluguel em eventos, com foco principal em casamentos. A seguir, verifica-se a lista detalhada de produtos do cliente.

3.8. Produto

Carros, sendo eles:

- Um Cadillac Seville STS na cor bege metálico do ano 1996.
- Um Ford Landau na cor branca do ano 1975.
- Um Jaguar X-Type na cor prata do ano 2002.
- Uma Mercedes C55 AMG na cor prata do ano 2006.
- Um Chevrolet Diplomata na cor azul marinho do ano 1991.

3.9. Mercado

A empresa atende público das classes sociais A, e B de Fernandópolis e região.

3.10. Consumidor

Os consumidores são de ambos os sexos, porém, mais voltados a noivos e noivas. Se distribuem pelas classes econômicas A e B, e podem ser divididos em até dois perfis: noivas clássicas que tem um sonho de chegar na igreja ou na cerimônia de casamento em grande estilo com carros luxuosos e elegantes, porque priorizam a chegada em grande estilo, ou até mesmo debutantes, que tem o sonho de chegar em seu aniversário ou festa em algum carro clássico, para uma entrada triunfal, já que hoje em dia a chegada da aniversariante rouba todos os olhares da festa, além do motorista, que a ajuda a sair do veículo, remetendo a história de conto de fadas, já que muitas debutantes tem esse sonho da “festa de princesa”.

3.11. Preço

Aluguel de carro para casamento: varia de acordo com o veículo escolhido e com a complexidade do destino do evento.

Aluguel de carro para casamento com motorista: varia de acordo com o veículo escolhido e com a complexidade do destino do evento.

Tendo como preço mínimo o valor de 1.200,00 reais e como preço máximo, o valor de 6.000,00 reais (também podendo ter alterações de acordo com a localização do evento).

3.12. Razões de compra

A empresa oferece um atendimento personalizado e dedicado. Eles entendem a importância do evento e se empenham em fornecer um serviço que vai além das expectativas, razões pela qual a maior parte do público escolhe empresa. Além de que, os carros antigos oferecem um charme e uma exclusividade que os veículos modernos simplesmente não podem igualar. Para muitos casais, escolher um carro vintage para o dia do casamento é uma maneira de dar um toque único e pessoal à comemoração, porque para muitos, carros clássicos evocam uma sensação de romance e nostalgia.

3.13. Imagens da marca do produto

A marca é pouco conhecida no mercado, por conta da criação recente, porém, seu posicionamento está vinculado ao proprietário da empresa, cuja imagem transmite conhecimento dedicação e paixão por carros antigos

3.14. Consumidor

Para detalhar melhor o consumidor, foram definidas duas personas a fim de obter um entendimento mais detalhado sobre o público e colaborar de forma estratégica para sua campanha.

Ana Clara: 28 anos, advogada e noiva. Moradora de uma cidade grande, possui uma renda mensal alta. Adora tudo relacionado a moda e tendências, uma pessoa detalhista, que valoriza a estética e o luxo. Planejando o seu casamento há anos, para que seja uma cerimônia impecável e elegante, por isso procura desde o vestido de grife até o carro que a levará a cerimônia. Busca um serviço que ofereça elegância e sofisticação com carros vintage e clássicos, que sejam um ícone de estilo.

Luís Gustavo: 32 anos, engenheiro civil e noivo. Morador de uma cidade pequena, onde tem uma renda mensal média-alta. Conheceu sua esposa em um evento de carros antigos e desde então, compartilham o gosto por objetos e experiências vintage. Eles buscam uma celebração intimista, porém, com um toque que os faça lembrar do início. Por isso, Luiz Gustavo tem o sonho de ver sua noiva chegando na cerimônia em um carro clássico, por conta da conexão emocional que os carros trazem a eles. Buscam autenticidade e um atendimento amigável que saiba abraçar a paixão e a importância pela história por trás dos carros.

3.15. Distribuição

A Rota Romântica possui um lugar físico localizado na Rua Mário Benez, número 1177 na cidade de Fernandópolis - SP. Sua boa localização possibilita grande possibilidade, por tratar-se de uma avenida muito movimentada da cidade.

Além disso, a empresa disponibiliza o aluguel dos carros para as cidades em até 100 km de distância, como por exemplo, Votuporanga, Jales, Santa Fé do Sul, São José do Rio Preto, Mirassol, entre outras.

3.16. Concorrências

Nome	Tipo	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Garcia Executive Class (São José do Rio Preto)	Direta	É popular entre o público-alvo da cidade que se localiza.	Sem variedade de veículos e atendimento impessoal.
Old Cars (São José do Rio Preto)	Direta	Variedade em veículos, boa localização e conta com nomes renomados.	Não possui avaliações no Google e em sites.
Richards Locadora (São Paulo)	Indireta	Boa localização e anos de experiência no mercado.	Não possui constância nas redes sociais e sites.
BookAclassic (Belo Horizonte)	Indireta	Variedades em veículos e serviços e oferece preços mais baixos.	Atendimento impessoal, sem especialistas a disposição.

3.17. Impacto do cenário ambiental no produto

3.17.1 Ambiente econômico

A demanda por carros antigos para casamentos é relativamente nichada, mas pode ser bastante lucrativa se bem explorada. A situação econômica geral pode afetar o poder de compra dos consumidores. Em períodos de crise econômica, casais podem optar por transporte mais econômicas, o que pode impactar negativamente a demanda por carros antigos mais caros para aluguel.

Outro ponto importante é a inflação, que pode aumentar o custo de manutenção e restauração de carros antigos, o que pode pressionar as margens de lucro da empresa. O custo de peças e mão-de-obra especializada também pode impactar o preço final do serviço.

3.17.2 Ambiente tecnológico:

O ambiente tecnológico da empresa tem desempenhado um papel crucial na eficiência operacional, por isso tem sido utilizada uma plataforma de gestão de frota, que permite monitorar em tempo real a localização e status dos veículos, incluindo manutenção, disponibilidade e histórico de uso, garantindo que os carros fiquem em perfeitas condições sempre. Também conta com uma ótima interação em redes sociais e no marketing digital, o que ajuda a promover seus serviços. Além de ter adotado recentemente um sistema de pagamento online, seguro e eficiente, onde oferece múltiplas opções de pagamento, como cartões de crédito, débito, PIX e até parcelamento, facilitando o processo de reservas e pagamentos para os clientes.

A empresa usa também ferramentas de automação de marketing para enviar lembretes e confirmar as reservas, o que permite que a empresa mantenha contato constante com os clientes potenciais e passados, promovendo ofertas.

3.17.3 Ambiente público e político:

O ambiente público da empresa é dinâmico e multifacetado, exige sempre uma abordagem mais estratégica para engajar e satisfazer os diferentes públicos que interagem com a marca. Já o ambiente político da empresa, exige uma gestão mais cuidadosa das regulamentações e políticas públicas relevantes, bem como uma postura proativa em relação às mudanças políticas e tendências sociais que possam impactar o negócio.

4 ANÁLISE SWOT

4.1 Forças

- Proprietário conhecido no mundo dos carros antigos, que transmite confiança ao público.
- A exclusividade e diferenciação, que proporciona uma experiência única que poucos concorrentes podem igualar.
- A qualidade conservação dos veículos, que mantém uma frota em excelente estado para garantir boas recomendações de uma reputação sólida no mercado,

além, do atendimento personalizado, que cria uma conexão mais forte com os clientes, o que ajuda a aumentar a fidelização.

4.2 Fraquezas

- O alto custo de manutenção, já que veículos antigos demandam manutenção constantes, e as peças podem ser cara e difíceis de encontrar, impactando a lucratividade.
- A dependência de um mercado sazonal, por conta de que a demanda será muito afetada pela sazonalidade de casamentos, com períodos de alta e baixa atividade.
- E a logística complexa, já que o transporte dos veículos antigos pode ser delicado e arriscado, exigindo cuidados especiais, o que aumenta os custos operacionais.

4.3 Ameaças

- A concorrência crescente, já que há um aumento do interesse por carros antigos, novos concorrentes podem entrar no mercado, o que vai intensificar a competição.
- A percepção de sustentabilidade, por conta da crescente preocupação com as questões ambientais pode fazer com que parte do público veja o uso de carros antigos, que geralmente não são tão eficientes em termos de emissões, como algo negativo.

4.4 Oportunidades

- A expansão de serviços, que além do aluguel para casamentos, a empresa pode diversificar oferecendo serviços para eventos corporativos, ensaios fotográficos, filmes ou até outras celebrações.
- O aproveitamento do crescimento do mercado de casamentos, que pode criar uma oportunidade de captar um público crescente que buscar experiências únicas.

4.5 Missão

Proporcionar experiências memoráveis e exclusivas aos nossos clientes, oferecendo veículos clássicos, impecavelmente conservados, que adiciona um toque de elegância, charme e nostalgia dos momentos mais especiais da vida.

4.6 Visão

Ser a principal referência em aluguel de veículos antigos para casamentos, proporcionando experiências inesquecíveis e transformando momentos.

4.7 Valores

Honestidade, qualidade, tradição e autenticidade.

5 PESQUISA

5.1 Pesquisa de mercado

5.2 Introdução

O mercado de casamentos é uma indústria em constante evolução, onde cada detalhe é cuidadosamente planejado para criar uma experiência memorável. Entre os elementos que compõem essa celebração, o transporte dos noivos desempenha um papel fundamental. Nos últimos anos, o aluguel de carros antigos tem ganhado destaque, não apenas pela estética vintage, mas também pela possibilidade de trazer um charme único às cerimônias. Buscamos investigar o potencial da empresa e analisar as preferências dos consumidores e as tendências do mercado.

5.3 Problemas

Apesar do crescimento do segmento de casamentos e do aumento da demanda por serviços personalizados, a oferta de aluguel de carros antigos ainda é limitada e, muitas vezes, desconhecida pelos noivos. Isso levanta questões sobre o reconhecimento da marca, a percepção de valor dos consumidores e a adequação dos serviços oferecidos às expectativas do público-alvo. Além disso, a falta de informações concretas sobre as preferências dos consumidores pode dificultar a formulação de estratégias eficazes para atender a essa demanda.

5.4 Objetivo de pesquisa

Identificar as preferências e necessidades dos consumidores e buscar entender quais fatores influenciam a escolha dos noivos, como a estética e o preço, além de avaliar a percepção de valor dos serviços oferecidos.

5.5 Metodologia de pesquisa

Pesquisa quantitativa por meio de questionário.

5.6 Tipo de pesquisa

O tipo de pesquisa definido foi a conclusiva e casual. Com ela é possível obter dados sólidos sobre as questões levantadas, permitindo um resultado estatístico e comprovado numericamente.

5.7 Método de pesquisa

O método de pesquisa foi através de formulário do Google Forms.

5.8 Amostragem

O questionário contou com as respostas de 62 pessoas ao total. Esse número foi composto por pessoas solteiras, namorados e noivos, todos com intenções de se casar, sendo assim, possíveis clientes.

5.9 Coleta de dados

Os dados foram coletados por meio da ferramenta Google Forms, um aplicativo digital gratuito de pesquisas que permite a construção de questionário, formulários e foi distribuído através da plataforma Instagram e encaminhada para possíveis clientes.

5.10 Tabulação com gráficos

Gráfico 1: Qual a sua idade?

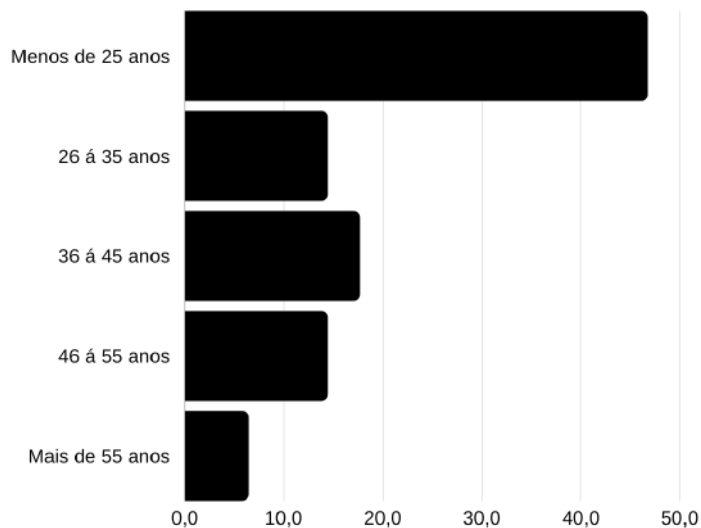


Gráfico 2: Qual seu gênero?

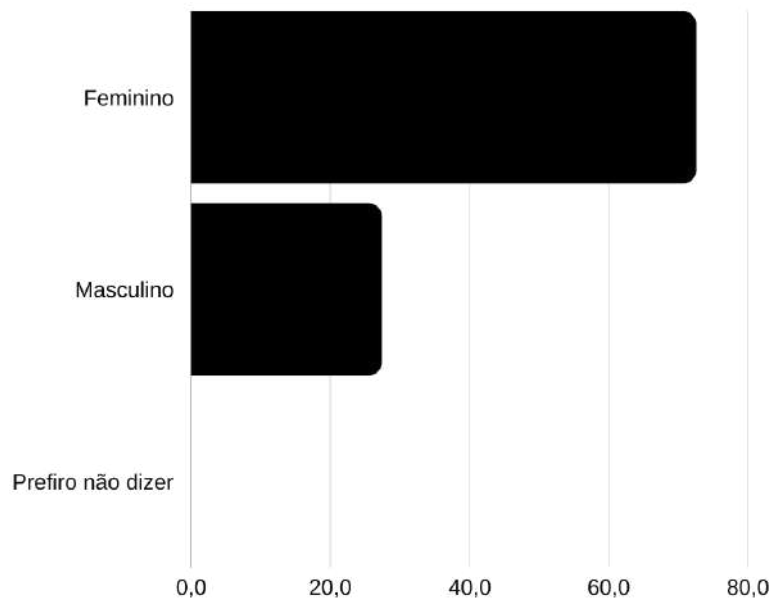


Gráfico 3: Qual sua profissão?

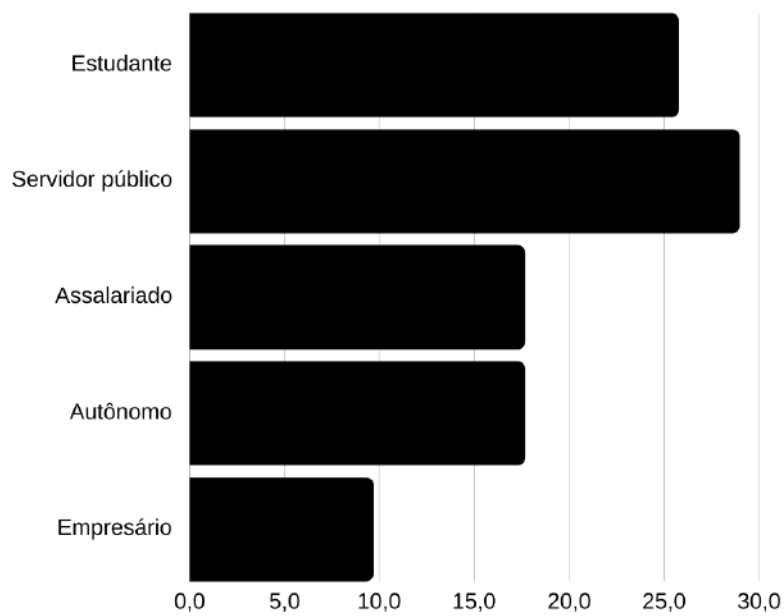


Gráfico 4: Qual sua renda salarial?

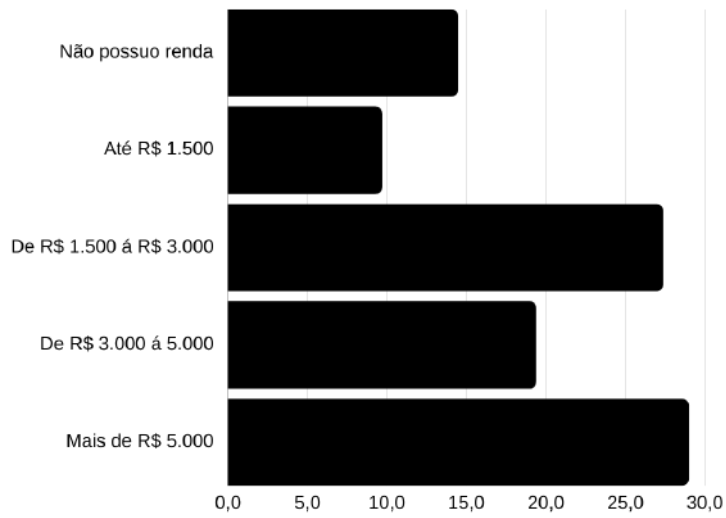


Gráfico 5: Você gostaria de ter uma entrada marcante no seu casamento?

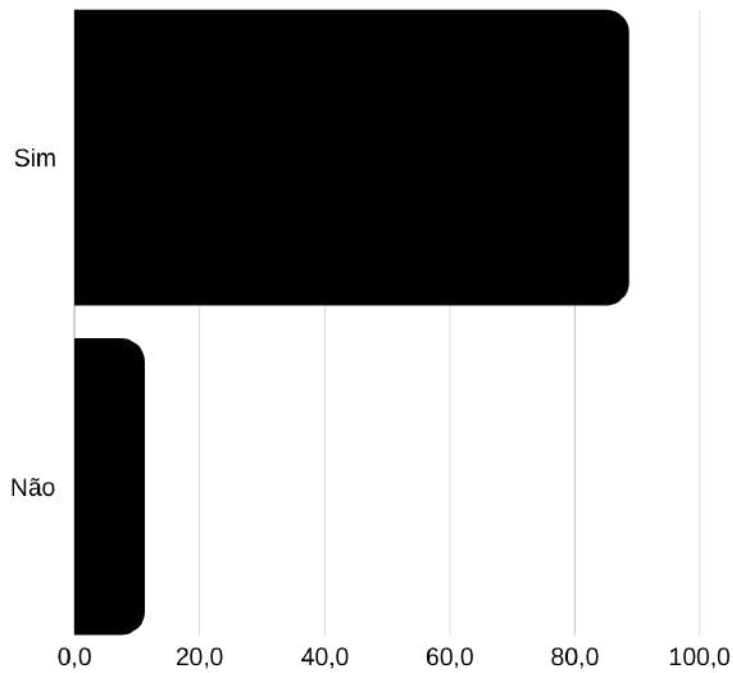


Gráfico 6: Você já ouviu falar sobre aluguel de carros antigos para casamentos?

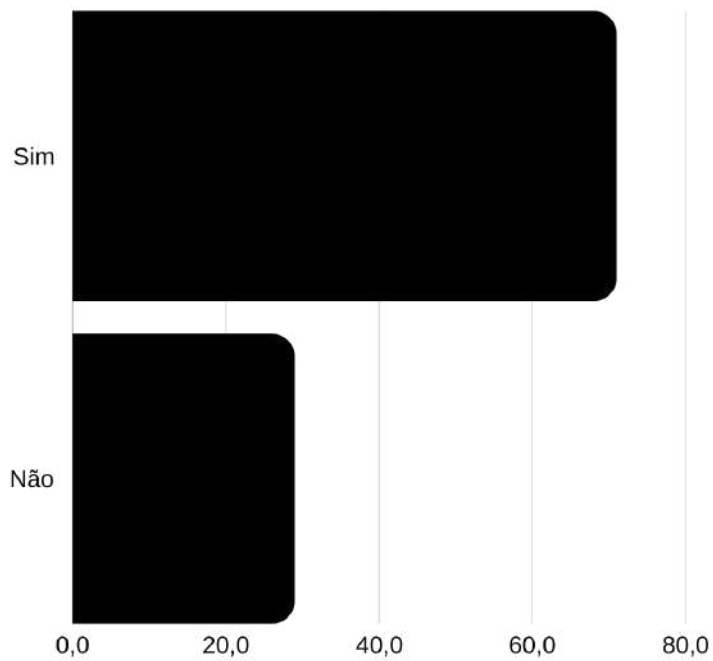


Gráfico 7: Como você ouviu falar sobre empresas de aluguel de carros antigos para casamento?

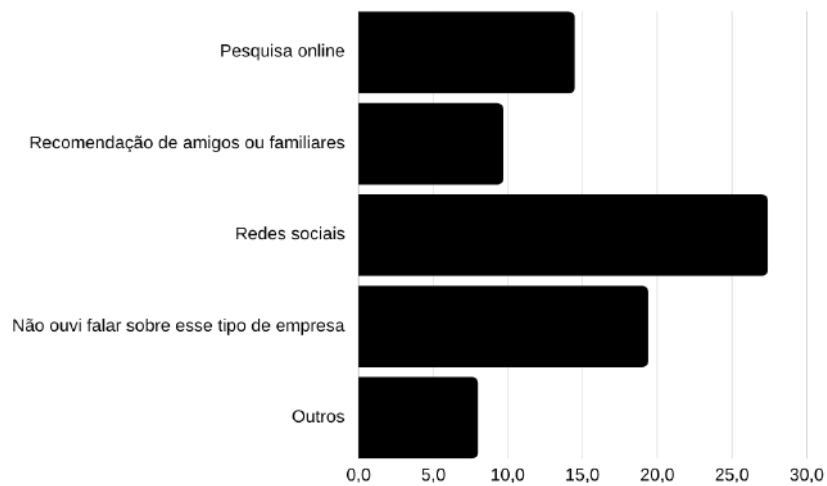


Gráfico 8: Qual é o principal uso que você planeja para um carro antigo no seu casamento?

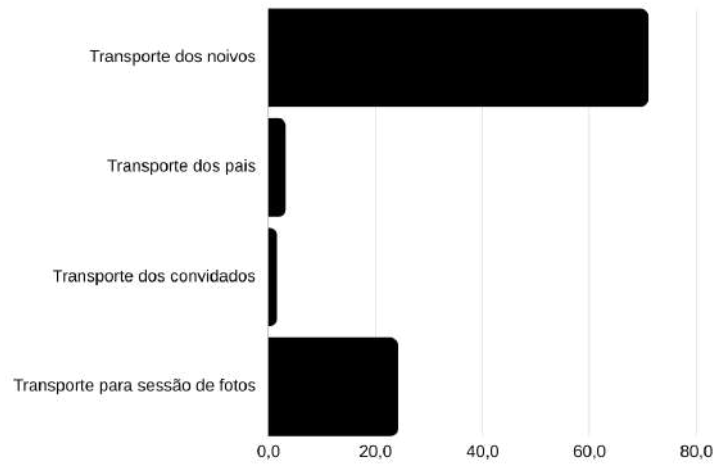


Gráfico 9: Qual tipo de carro antigo você consideraria alugar para o seu casamento?

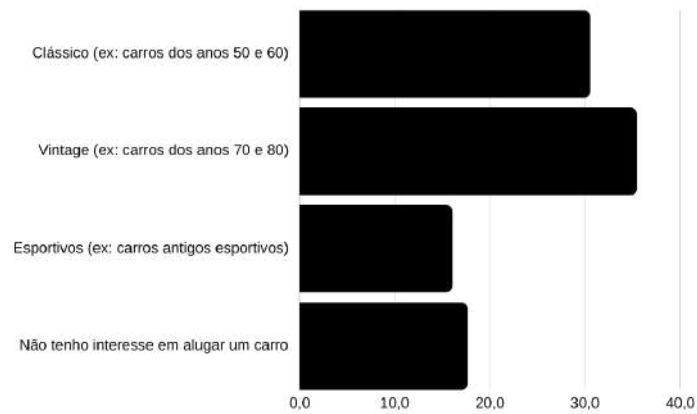


Gráfico 10: Quais serviços adicionais você consideraria importantes alugar um carro antigo?

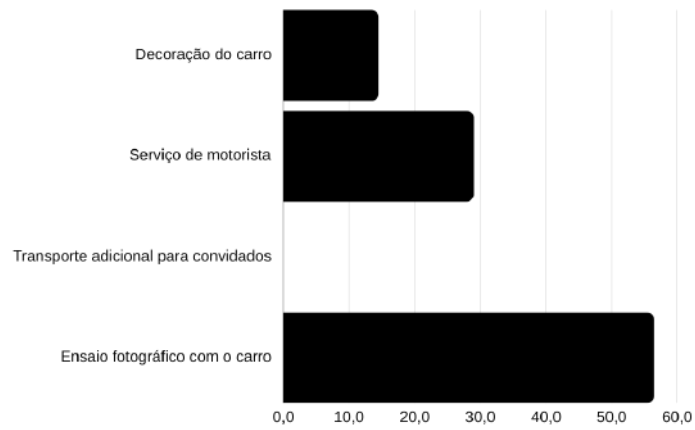
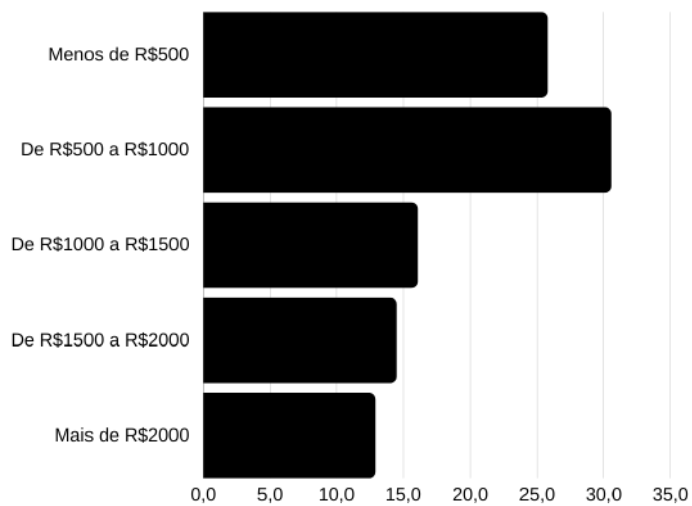


Gráfico 11: Quanto você estaria disposto a gastar o aluguel de um carro antigo para o seu casamento?



5.11 Diagnóstico

A pesquisa revelou que quase 90% dos entrevistados expressaram o desejo de ter uma entrada marcante em seus casamentos. Isso indica que os casais estão em busca de experiências únicas e memoráveis, onde o visual e a apresentação desempenham um papel crucial. O uso de carros antigos, com sua estética clássica e vintage, se alinham perfeitamente a essa necessidade.

Os dados mostram que muitos entrevistados estão interessados em serviços adicionais além do aluguel do carro, como o serviço de motorista, a oportunidade de fazer ensaios fotográficos com os carros, e a personalização do veículo para a combinação temática do casamento.

Essas informações apontam para uma oportunidade de diversificação dos serviços oferecidos, permitindo que a empresa se destaque no mercado e atenda melhor às expectativas dos clientes.

Um ponto crítico identificado na pesquisa foi a baixa familiaridade do público com o serviço de aluguel de carros antigos para casamentos. A falta de divulgação nas redes sociais parece ser um obstáculo significativo para a aquisição de novos clientes. A consciência da marca é essencial para converter o interesse em reservas efetivas.

O diagnóstico da pesquisa evidencia uma oportunidade significativa para a empresa expandir sua presença no mercado de casamentos. Ao focar na criação de experiências memoráveis e na divulgação eficaz dos serviços, a empresa pode se posicionar como uma opção atrativa para casais que desejam tornar seu dia especial ainda mais inesquecível.

6.1 Objetivo de marketing

Aumentar a visibilidade da empresa de aluguel de carros antigos para casamentos, destacando a exclusividade do serviço e o charme dos veículos oferecidos.

6.2 Objetivo de comunicação

Comunicar a elegância e a nostalgia dos carros, atraindo noivas que buscam um toque diferente e especial para o seu casamento.

6.3 Metas de comunicação

- Revitalizar toda a marca para deixar as redes sociais mais atrativas;
- Aumentar em 50% o engajamento nas redes sociais;
- Criar pacotes promocionais para casamentos;
- Buscar parcerias com fotógrafos e organizadores de eventos para recomendações;
- Aumentar o investimento em comunicação;
- Promover ofertas sazonais;
- Criar um catálogo de apresentação dos veículos e do serviço para os clientes e facilitar o processo de reserva on-line;

7 BRIEFING DE CRIAÇÃO

7.1 Fato principal

A empresa atua em um nicho de mercado pouco explorado e com baixa concorrência direta. Apesar disso, é essencial desenvolver estratégias de posicionamento que comunique de forma clara e atrativa, os diferenciais da empresa, como a exclusividade e a experiência única proporcionada pelos veículos vintage, o serviço de motorista, a decoração de carros e até mesmo o aluguel de carros para ensaios fotográficos.

7.2 Problema que a propaganda deve resolver

Embora a empresa tenha uma frota ampla e exclusiva de veículos, ela ainda não é tão conhecida entre o público-alvo (casais e até mesmo organizadores do evento). Além disso, muitos casais desconhecem o valor simbólico e visual que um carro antigo pode agregar ao evento. O desafio é aumentar a visibilidade da marca e posicioná-la como uma escolha essencial para um casamento que busca estilo e exclusividade.

7.3 Efeito que se espera da propaganda

A propaganda deve fortalecer a percepção da marca como uma solução diferenciada no mercado de casamentos. O objetivo é que os casais vejam os veículos não apenas como meio de transporte, mas como uma parte essencial da experiência da chegada de uma noiva no evento e até mesmo do casamento em si. Espera-se, além disso, o aumento do interesse pelo serviço e mais engajamento com público-alvo, culminando em mais reservas e contratos fechados.

7.4 Benefícios

7.4.1 Semelhante aos da concorrência

A empresa hoje tem como benefícios semelhante aos da concorrência, uma frota bem conservada de veículos, um processo simples quanto a facilidade de reserva, e pacotes flexíveis, além da garantia de entrega pontual e assistência durante o evento.

7.4.2 Diferente aos da concorrência

Todos os carros da empresa são carros de coleção, cuidadosamente selecionados e conservados, tem motorista profissional um dos sócios da empresa, o que traz mais conexão e confiança aos clientes, o atendimento personalizado, além de ofertas que incluem a sessão de fotos de pré-wedding, decoração dos carros, criando uma solução integrada para os noivos.

7.4.3 Promessa

Proporcionar uma experiência inesquecível e mostrar que os carros podem ir muito além de um meio de transporte, tendo assim, um valor simbólico que diferencie seu evento.

7.4.4 Razão da promessa

A empresa entende que cada detalhe no casamento conta para tornar o seu momento, único. Os carros não são apenas meio de transporte, mais um símbolo de estilo, sofisticação e exclusividade, que agrega valor emocional evento e faz com que ele se destaca de forma memorável.

8. EVENTO

8.1. Introdução

A proposta do evento que foi desenvolvido consistiu em divulgar a nova proposta de trazer para os casamentos uma entrada clássica e marcante para deixar o dia do seu casamento único. Assim, levamos um dos carros mais impactantes da empresa para a reinauguração de uma loja de aluguel de vestido de noivas, ternos, e vestidos de festa em geral, para estar mais próximo de seus possíveis clientes.

8.2. Tema

Reinauguração do Ateliê 27.

8.3. Nome do evento

Reinauguração do Ateliê 27.

8.4. Data e hora

Dia 18 de outubro de 2024, às 09:00 horas na cidade de Fernandópolis.

8.5. Objetivo

Apresentar o novo serviço no mercado de casamentos da região, para atrair possíveis clientes que queiram deixar seus casamentos ainda mais elegantes.

8.6. Justificativa

Com base no objetivo de comunicação especificado nesse documento, a realização de um evento para apresentar o novo produto da empresa, fará com que ela alcance e engaje um novo número de consumidores.

8.7. Público-alvo

Noivas e noivos.

8.8. Organizador

Ateliê 27 em parceria com Rota Romântica e agência STAFF.

8.9. Programação

Horário	Atividade
09:00 às 10:00 horas	Socialização com o público
10:00 às 11:00 horas	Apresentação do serviço
14:00 às 16:00 horas	Socialização com o público
16:00 às 18:00 horas	Apresentação do serviço

8.10. Brindes

Chocolates com cartões agradecendo a presença e com as páginas de Instagram dos parceiros.

9. MANUAL DE IDENTIDADE DA MARCA

O manual de identidade visual foi desenvolvido em três partes. A primeira indica o posicionamento da marca conforme WHELLER (2019); a segunda parte mostra as técnicas de construção da marca de acordo com Munhoz (2009) e as cores com Heller (2014); e a terceira parte mostra as aplicações da marca segundo Blessa (2009) e Munhoz (2009).



- 1. Conceito
- 2. Essência
- 3. Assinatura
- 5. Grid
- 7. Paleta de cores
- 9. Tipografia
- 10. Monocromática
- 15. Fundos coloridos
- 17. Fundos complexos
- 19. Usos proibidos
- 21. Aplicações
- 28. Merchandising

CONCEITO

O logo da marca "Rota Romântica" foi desenvolvida com o intuito de transmitir uma experiência de elegância e exclusividade, alinhada ao serviço de aluguel de carros antigos para casamentos. A logo utiliza uma composição minimalista, onde a letra "R" estilizada funciona como uma assinatura, evocando uma sensação de personalização e sofisticação. O design transmite o requinte atemporal dos carros clássicos, ao mesmo tempo em que se adapta ao contexto moderno de casamentos de luxo.

1

ESSÊNCIA

A Rota Romântica traduz elegância e tradição ao oferecer carros antigos para casamentos, criando experiências memoráveis e sofisticadas. Com foco na qualidade e no atendimento personalizado, a marca transforma momentos especiais em histórias inesquecíveis, destacando-se pelo romantismo e requinte.

2



4

GRID

A área de proteção permite o uso correto do logotipo e dos elementos visuais ao redor dele. Para assegurar uma ótima distância entre os elementos visuais onde a marca será aplicada foi feita uma área de proteção a partir de um elemento do símbolo.

5



Rota romântica

REDUÇÃO MÍNIMA

L: 4 cm
A: 1 cm



L: 151,18 px
A: 37,80 px

6

PALETA DE CORES

Optamos por uma paleta em tons terrosos, que inclui variações de marrom, bege e cinza. Essas cores são reconhecidas por transmitir acolhimento, elegância e uma conexão com a natureza, o que é ideal para a marca, já que busca uma imagem de confiabilidade e serenidade. Tons terrosos são versáteis e atemporais, o que permite que a marca se comunique de forma sofisticada, evitando modismos e garantindo uma presença visual duradoura. Essa escolha de cores também remete a sentimentos de estabilidade e calor, criando uma experiência visual que é simultaneamente agradável e profissional.

7

ASSINATURA

O estilo caligráfico da assinatura, com linhas suaves e contínuas, confere movimento à logo, refletindo o dinamismo e a tradição dos carros antigos. Ao utilizar uma linha que conecta visualmente a inicial "R" ao restante do nome, a marca cria uma sensação de continuidade e fluidez, como uma jornada romântica e inesquecível, que é justamente o que a empresa oferece aos seus clientes.

3



4

GRID

A área de proteção permite o uso correto do logotipo e dos elementos visuais ao redor dele. Para assegurar uma ótima distância entre os elementos visuais onde a marca será aplicada foi feita uma área de proteção a partir de um elemento do símbolo.

5



REDUÇÃO MÍNIMA

L: 4 cm
A: 1 cm



L: 151,18 px
A: 37,80 px

6

PALETA DE CORES

Optamos por uma paleta em tons terrosos, que inclui variações de marrom, bege e cinza. Essas cores são reconhecidas por transmitir acolhimento, elegância e uma conexão com a natureza, o que é ideal para a marca, já que busca uma imagem de confiabilidade e serenidade. Tons terrosos são versáteis e atemporais, o que permite que a marca se comunique de forma sofisticada, evitando modismos e garantindo uma presença visual duradoura. Essa escolha de cores também remete a sentimentos de estabilidade e calor, criando uma experiência visual que é simultaneamente agradável e profissional.

7

C: 0
M: 0 R: 255
Y: 0 G: 255
K: 0 B: 255

C: 0
M: 0 R: 255
Y: 0 G: 255
K: 0 B: 255

C: 0
M: 1 R: 174
Y: 3 G: 173
K: 32 B: 168

C: 0
M: 8 R: 138
Y: 22 G: 127
K: 46 B: 107

C: 0
M: 8 R: 140
Y: 22 G: 127
K: 46 B: 107

C: 0
M: 14 R: 145
Y: 26 G: 125
K: 43 B: 107

TIPOGRAFIA

A tipografia escolhida complementa a paleta terrosa, com fontes que trazem um equilíbrio entre elegância e clareza. A combinação de fontes suaves, com linhas finas e curvas orgânicas, reflete a mesma sensação de naturalidade e requinte que a paleta de cores. Ao usar uma tipografia que é ao mesmo tempo simples e sofisticada, garantimos que a identidade visual seja acessível, mas ainda assim capaz de se destacar pelo bom gosto.

9

POIRET

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

10

MIGRA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Sloop Script Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

MONOCROMÁTICA

Em fundos de cor única (como preto ou branco), a logo tende a ter uma visibilidade clara e direta. Esse tipo de fundo permite que as cores e formas da logo sejam percebidas com nitidez, destacando cada detalhe do design. Logo em fundo monocromático é ideal para aplicações que exigem uma apresentação mais formal e simplificada, garantindo que a marca seja facilmente reconhecida em contextos mais neutros e elegantes.

12



FUNDOS COLORIDOS

Já em fundos coloridos, a logo precisa ser ajustada para manter a legibilidade e evitar conflitos visuais. A escolha de versões da logo com cores adaptadas (como variações em preto e branco, ou em tons contrastantes) permite que ela se destaque sem competir com o fundo. A aplicação em fundos coloridos é comum em campanhas publicitárias, mídias sociais e materiais gráficos vibrantes, onde a marca precisa ser versátil e visualmente equilibrada.

15

The logo consists of a stylized, cursive 'R' followed by the words 'ota romântica' in a clean, sans-serif font. The entire logo is white and is centered within a light gray rectangular background.The logo is a dark brown color, matching the background. It features the same stylized 'R' and 'ota romântica' text as the previous version, centered within a medium brown rectangular background.The logo is a light brown color, providing high contrast against the dark brown background. It features the same stylized 'R' and 'ota romântica' text, centered within a dark brown rectangular background.The logo is white, providing the highest contrast against the black background. It features the same stylized 'R' and 'ota romântica' text, centered within a black rectangular background.

FUNDOS COMPLEXOS

A aplicação de uma logo em fundos complexos, como imagens, texturas ou padrões variados exige atenção especial para garantir que a marca seja percebida com clareza e que o design não se perca em meio ao fundo. Fundos complexos podem adicionar dinamismo e atratividade ao visual, mas também podem dificultar a leitura e o reconhecimento da logo se não houver um equilíbrio cuidadoso.

17



Rota romântica

USOS PROIBIDOS

Para garantir a consistência e a integridade da identidade visual de uma marca, é essencial estabelecer diretrizes sobre os usos proibidos da logo. A logo é um elemento fundamental para o reconhecimento da marca e qualquer modificação inadequada pode comprometer sua legibilidade, causar confusão e prejudicar a imagem da empresa.

19



É proibido o uso de sombras na marca.



É proibido a troca de cores a não ser da paleta da marca.

20

APLICAÇÕES

A aplicação da logo em brindes é uma estratégia eficaz para fortalecer a presença da marca e criar uma conexão duradoura com o público. Brindes personalizados, como canecas, camisetas, chaveiros e agendas, transformam a logo em um elemento tangível do cotidiano, reforçando o reconhecimento e a lembrança da marca de forma sutil e constante.

21

CANECAS



22

UNIFORME



23

PAPELARIA



24

CHAVEIRO



25

BONÉS



26

OUTDOOR



27

MERCHANDISING

A fachada da empresa foi revitalizada para refletir a elegância e o charme dos nossos clássicos automotivos, convidando todos a mergulharem na experiência única que oferecemos. O interior foi pensado para criar um ambiente acolhedor e sofisticado, onde tradição e modernidade se encontram.

28



10. MÍDIA E ORÇAMENTO

10.1 Verba de veiculação

A veiculação se concentrará em anúncios pagos no Instagram, uma plataforma ideal devido à alta segmentação e alcance de usuários interessados em casamentos e eventos de luxo. O orçamento inclui:

- Tráfego pago (Instagram): R\$ 1.000,00 mensais por 3 meses = R\$ 3.000,00.
- Investimento em impulsionamento de postagens específicas: R\$ 500,00 mensais = R\$ 1.500,00.
- Monitoramento de desempenho e ajustes semanais: R\$ 100,00.

10.2 Verba de produção

A verba de produção de conteúdo será destinada para a criação de fotografias e vídeos de alta qualidade, essenciais para a identidade da Rota Romântica. Os custos incluem:

- Sessões fotográficas com modelo: R\$ 1.500,00
- Produção e edição de vídeos curtos para reels: R\$ 2.000,00
- Design gráfico para peças estáticas: R\$ 1.500,00
- Contratação de copywriters para legendas e anúncios: R\$ 1.500,00

10.3 Continuidade

Para a veiculação da campanha foram selecionados três meses, sendo eles: setembro, outubro e novembro. O período escolhido deve ser a compatibilidade com as datas de lançamento do Instagram e de serviços prestados pela empresa.

10.4 Cobertura

A cobertura será regional, abrangendo cidades com alto índice de eventos matrimoniais, especialmente aquelas com casamentos ao ar livre.

10.5 Frequência

A frequência será ajustada para manter a audiência engajada, com:

- Postagens diárias de stories interativos
- 3 posts no feed por semana
- 2 Reels por semana, destacando momentos especiais e o diferencial dos carros antigos

10.6 Intensidade

A intensidade da campanha será dividida em três fases:

- Fase de Introdução (1º mês): maior investimento em Reels e stories para atrair a atenção inicial, utilizando 50% da verba mensal.

- Fase de Consolidação (2º mês): manutenção de postagens consistentes e interações, com ajustes baseados em dados de engajamento.
- Fase de Fortalecimento (3º mês): foco em impulsionar conteúdos que mais performaram nos meses anteriores, para maximizar o alcance e a conversão.

10.7 Meios que serão utilizados

- Instagram
- Facebook
- Whatsapp

10.8 Estimativas de custos

- Verba de produção: R\$ 6.500,00
- Verba de veiculação (Instagram): R\$ 5.700,00
- Outras estratégias de divulgação: R\$ 2.000,00
- Total estimado: R\$ 14.200,00

Essa estrutura oferece uma abordagem clara e robusta para a presença digital da Rota Romântica, com uma campanha de alta frequência e intensidade cuidadosamente planejada para atingir o público-alvo e maximizar o retorno sobre o investimento.

10.9 Fatores determinantes para a seleção

A escolha das formas de veiculação para a Rota Romântica foi baseada em vários fatores estratégicos, incluindo:

- Perfil do Público-Alvo: A audiência da Rota Romântica é composta por casais e planejadores de eventos que buscam serviços diferenciados para casamentos. Como esse público é ativo em plataformas visuais e inspiracionais, como o Instagram, a escolha prioritária foi o investimento em redes sociais.
- Orçamento Disponível: Considerando a verba limitada, foi necessário focar em canais que oferecessem alta segmentação e retorno sobre o investimento, como o Instagram e o Facebook, que permitem um controle detalhado do orçamento e a otimização de campanhas.
- Potencial de Engajamento: A análise das taxas de engajamento de diferentes plataformas mostrou que o Instagram, com sua ênfase em conteúdos visuais e stories interativos, é o meio mais eficaz para captar e manter a atenção do público-alvo.
- Formato de Conteúdo: A estratégia de veiculação foi moldada pelo tipo de conteúdo que melhor representa a Rota Romântica, como vídeos curtos e fotografias de alta qualidade, que se encaixam perfeitamente nas funcionalidades das redes sociais.

10.10 Mapa de mídia

O mapa de mídia é um documento estratégico que organiza e detalha a distribuição de uma campanha publicitária. Ele inclui as datas de veiculação, os canais de comunicação escolhidos, a frequência de inserções, a duração das campanhas e o orçamento alocado para cada etapa.

The image displays four sequential screenshots of a web-based spreadsheet application, each showing a weekly calendar for social media posts. The interface includes a top menu bar with options like 'Arquivo', 'Editar', 'Ver', 'Inserir', 'Formatar', 'Dados', 'Ferramentas', 'Extensões', and 'Ajuda'. A toolbar below the menu contains various icons for editing and formatting.

The first screenshot shows the title "Calendário de Posts para Redes Sociais | Rota romântica" and the week header "OUTUBRO 2024 - SEMANA 1". It features a grid with columns for days of the week and rows for specific dates, containing placeholder text and small decorative icons.

The second screenshot shows the same interface for "OUTUBRO 2024 - SEMANA 2".

The third screenshot shows the interface for "OUTUBRO 2024 - SEMANA 3".

The fourth screenshot shows the interface for "OUTUBRO 2024 - SEMANA 4".

Calendário de Posts para Redes Sociais | Rota romântica

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões Ajuda

50%

R\$ % 123 Arial

10

B I

<

Calendário de Posts para Redes Sociais | Rota romântica ✨ ☆ Alterações salvas no Drive

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões Ajuda

50% R\$ % 123 Arial 10 B I A

DEZEMBRO 2024 - SEMANA 1

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12
08/12	09/12	10/12	11/12	12/12	13/12	14/12
15/12	16/12	17/12	18/12	19/12	20/12	21/12
22/12	23/12	24/12	25/12	26/12	27/12	28/12
29/12	30/12	31/12				
TOTAL ADS	Facebook	Instagram	TikTok	LinkedIn	Twitter	YouTube
	4000	4000	4000	4000	4000	4000
TOTAL	4000	4000	4000	4000	4000	4000

DEZEMBRO - SEMANA 2

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12
08/12	09/12	10/12	11/12	12/12	13/12	14/12
15/12	16/12	17/12	18/12	19/12	20/12	21/12
22/12	23/12	24/12	25/12	26/12	27/12	28/12
29/12	30/12	31/12				
TOTAL ADS	Facebook	Instagram	TikTok	LinkedIn	Twitter	YouTube
	4000	4000	4000	4000	4000	4000
TOTAL	4000	4000	4000	4000	4000	4000

DEZEMBRO - SEMANA 3

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12
08/12	09/12	10/12	11/12	12/12	13/12	14/12
15/12	16/12	17/12	18/12	19/12	20/12	21/12
22/12	23/12	24/12	25/12	26/12	27/12	28/12
29/12	30/12	31/12				
TOTAL ADS	Facebook	Instagram	TikTok	LinkedIn	Twitter	YouTube
	4000	4000	4000	4000	4000	4000
TOTAL	4000	4000	4000	4000	4000	4000

DEZEMBRO - SEMANA 4

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12
08/12	09/12	10/12	11/12	12/12	13/12	14/12
15/12	16/12	17/12	18/12	19/12	20/12	21/12
22/12	23/12	24/12	25/12	26/12	27/12	28/12
29/12	30/12	31/12				
TOTAL ADS	Facebook	Instagram	TikTok	LinkedIn	Twitter	YouTube
	4000	4000	4000	4000	4000	4000
TOTAL	4000	4000	4000	4000	4000	4000

The screenshot displays a Google Sheets document titled "Calendário de Posts para Redes Sociais | Rota romântica - JANEIRO - SEMANA 1". The spreadsheet is organized into columns for dates from January 1st to January 7th. Each date column contains a header row with the date and a subsequent row with a placeholder image and text. The rows are color-coded: pink for Instagram, light blue for Facebook, light green for LinkedIn, and light orange for Twitter. A summary row at the bottom, labeled "TOTAL DA SEMANA", shows the total number of posts for each platform: Instagram (7), Facebook (7), LinkedIn (7), and Twitter (7). The interface includes the standard Google Sheets menu and toolbar.

PEÇAS PRODUZIDAS PARA A MARCA

POST 01.



É isso mesmo, estamos de cara nova. ✨

O nosso Instagram passou por uma transformação incrível e agora está com uma nova identidade visual, mas moderna e repleta de conteúdos pra vocês! Agora por aqui você vai poder encontrar mais detalhes sobre os serviços que oferecemos, além de conhecer todos os carros clássicos e elegantes que podemos te oferecer para deixar o seu dia ainda mais especial. 🤝💍

E você, já pensou em dar um toque de elegância no dia do seu casamento? A Rota Romântica pra te ajudar com isso! 🚗

Noiva: @anac.rodriguees

Vestido: @atelie27.festa

#casamentos #alugueldecarros #carrosantigos #carrosclassicos #casamentosdeluxo #rotaromantica #explorar #elegancia #identidadevisual

POST 02.



Um sonho transmitido em foto! ✨

E já que é dia de tbt, nessas últimas semanas, aconteceu por aqui um ensaio fotográfico para que pudéssemos apresentar todos os nossos carros para vocês nessa nova fase da Rota Romântica. Mas é lógico, que trouxemos pra vocês um pouco de como foi tudo isso;

E para que tudo isso acontecesse da forma mais linda, contamos com a ajuda da nossa noivinha, a @anac.rodrigues, que pode deixar as fotos ainda mais elegantes com toda sua beleza. E também, para que nossa noiva pudesse estar ainda mais completa, buscamos o vestido dos sonhos no @atelier27.festa para entrarmos cem por cento no tema!

A maquiagem e cabelo foram obras da @maiara_espacovip_ e @natachasmakeup e o buquê da @floribelaflorfer. Aqui, além de te oferecermos um serviço completo no aluguel de carros, também te oferecemos indicações dos melhores para estarem presentes e um dia tão importante na sua vida.

Gostou? então deixe um “❤️” aqui nos comentários!

POST 03.



Quem nunca sonhou com um conto de fadas na infância?

Crescemos com histórias que nos inspiram a acreditar no amor verdadeiro e em momentos mágicos que duram para sempre. 🧚 Na Rota Romântica, transformamos esses sonhos em realidade, trazendo para o seu casamento o encanto e a nostalgia dos carros antigos que parecem saídos das páginas de um livro infantil.

Neste Dia das Crianças, celebramos a essência dos sonhos e lembramos que, no fundo, todos carregamos aquele desejo de viver um dia inesquecível, repleto de magia e emoção. 🚗✨ Deixe a Rota Romântica levar você de volta à pureza dos seus sonhos de infância e fazer do seu grande dia uma lembrança que ficará eternamente no coração. 💖

POST 04.



Imagine o dia mais especial da sua vida sendo transportado ao passado com todo o glamour e a sofisticação que só um carro antigo pode oferecer.

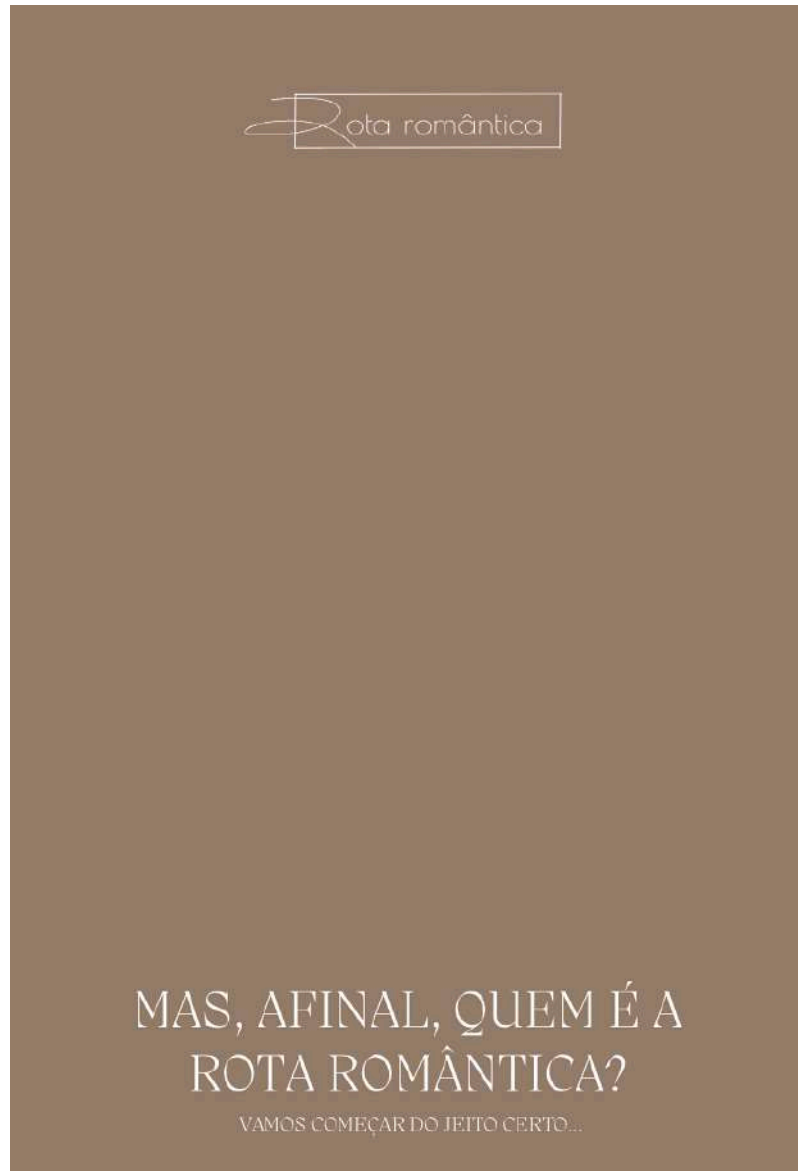
Na Rota Romântica, não alugamos apenas veículos, mas criamos experiências memoráveis, capazes de transformar o seu casamento em um verdadeiro conto de fadas. Cada detalhe importa, e nossas máquinas clássicas trazem uma aura de elegância que complementa perfeitamente qualquer cerimônia, fazendo com que cada fotografia conte uma história de amor atemporal.

Esse ensaio, com a nossa modelo e um dos nossos clássicos, mostra apenas um vislumbre da beleza que você pode viver. Imagens que eternizam momentos, um toque de romance que vai além do tempo e faz o coração bater mais forte.

Pronto para adicionar um toque de nostalgia ao seu grande dia? Entre em contato conosco e viva a experiência da Rota Romântica! 💍✨

POST 05.

(Capa de Reels)



Algo especial está vindo por aí... 💍

Preparados para viver uma experiência única? isso só a Rota Romântica te proporciona, por isso, fiquem de olho e sigam nossa página para acompanharem tudo que preparamos para você.

O próximo Reels, pode ser o que você estava esperando... 🤩✨

#vemai #novidade #sonhosrealizados #alugueldecarros #casamentos #noivas
#alugueldecarrosantigos #carrosantigos #carrosclassicos #casamentodoano
#fernandopolis #aluguel #casarcomestilo #casar-se #voucasar

POST 06.



Cada detalhe do seu casamento importa, e estamos aqui para tornar o seu dia ainda mais inesquecível! ✨

Conheça um pouco sobre a nossa história, nossos serviços e o cuidado que colocamos em cada carro, pronto para levar você até o 'sim'. 💍

Passe para o lado e descubra como podemos fazer parte do seu sonho! Para mais informações, o nosso link tá na bio 📱

#vemai #novidade #sonhosrealizados #alugueldecarros #casamentos #noivas
#alugueldecarrosantigos #carrosantigos #carrosclassicos #casamentodoano
#fernandopolis #aluguel #casarcomestilo #casar #voucasar

POST 07.



Existem momentos que desejamos que o tempo pare, que o instante dure para sempre. Na Rota Romântica, trazemos essa magia ao seu casamento com nossos carros antigos, verdadeiras obras de arte que contam histórias e inspiram novas. 🚗✨

Neste ensaio, capturamos não só a beleza dos veículos, mas a essência de um amor que atravessa gerações, emoldurado pela elegância e charme de um clássico. Imagine-se ao lado da pessoa amada, a caminho de dizer 'sim' em um cenário onde cada detalhe faz toda a diferença.

Deixe o dia mais importante da sua vida ser conduzido com estilo e tradição. Reserve um dos nossos carros e sinta a emoção de viver um capítulo inesquecível da sua história com a Rota Romântica.

POST 08.



O amor é uma jornada que merece ser celebrada com todo o esplendor, e o Dia do Casamento é um lembrete de que cada detalhe faz a diferença. ✨

Na Rota Romântica, entendemos que um casamento não é apenas uma cerimônia, é a realização de um sonho, uma promessa que se renova em cada sorriso, cada olhar e, claro, em cada detalhe escolhido com carinho.

Nossos carros antigos são o toque final que transforma esse momento em uma verdadeira obra de arte. Com um charme que remonta a eras de elegância, cada modelo conta uma história e adiciona uma dose de romantismo ao seu dia especial. 🌹🚗

Neste Dia do Casamento, inspire-se e faça do seu 'sim' um capítulo memorável, com a sofisticação que só a Rota Romântica pode oferecer.

POST 09.

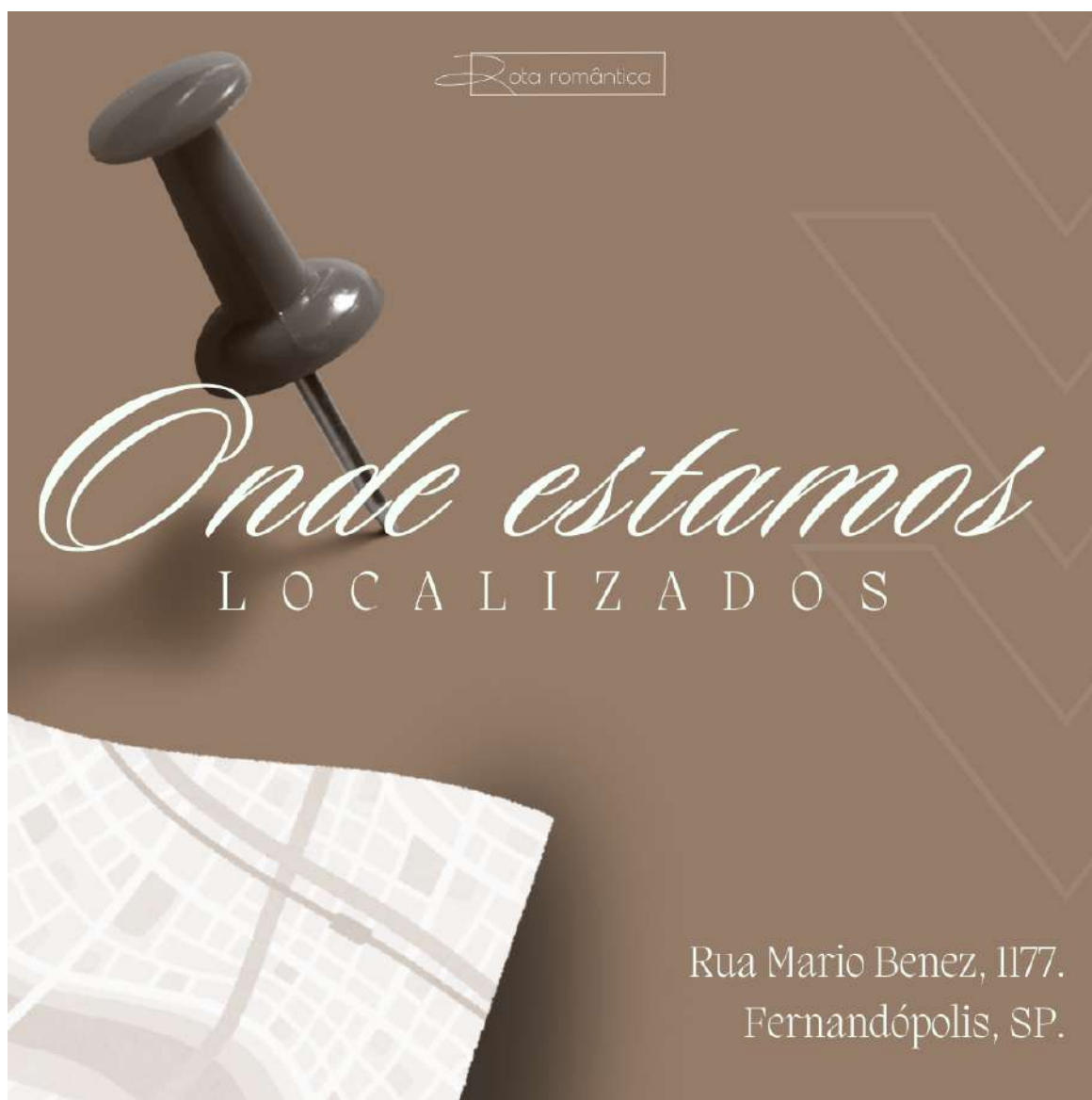


Alguns momentos precisam ser vividos com todo o esplendor que merecem, e na Rota Romântica, sabemos como torná-los memoráveis. ✨ Nossos carros antigos são muito mais que veículos; são peças que carregam memórias, charme e uma sofisticação que transforma qualquer casamento em um evento inesquecível.

Neste ensaio, com a modelo perfeitamente harmonizada com um de nossos clássicos, capturamos o que significa celebrar o amor com personalidade e estilo. Cada fotografia é um retrato de elegância, um testemunho de que o seu grande dia pode ser um sonho que se torna realidade.

Permita-se reviver o glamour de épocas passadas e faça do seu casamento uma verdadeira viagem no tempo. Com a Rota Romântica, cada detalhe é pensado para que você viva a sua história da maneira mais especial. Entre em contato e descubra a nossa coleção!

POST 12.



Seja bem-vindo ao ponto de partida dos seus momentos mais memoráveis! ✨

A Rota Romântica está localizada no coração de Fernandópolis, onde histórias de amor se encontram com o charme dos carros antigos. 🚗✨

Visite-nos e descubra como transformar o seu casamento em uma experiência repleta de elegância e tradição. Venha conhecer de perto o cuidado e a dedicação que colocamos em cada detalhe. Reserve sua visita e veja como podemos fazer parte do seu grande dia! 💕 #RotaRomântica #SeuSonhoSobreRodas

POST 13.



🎃👻 No Halloween, até os contos de fadas ganham um toque de mistério! 👻🎃

Que tal transformar o seu grande dia em um verdadeiro conto encantado, com a elegância atemporal de um carro antigo? 🚗💍

Seja em uma noite de Halloween ou em qualquer outro momento, nossos carros clássicos são a escolha perfeita para quem deseja uma chegada inesquecível e cheia de estilo.

✨ Transforme o seu casamento em um evento dos sonhos... e que os ventos do mistério soprem a seu favor! 🕸️👻

#CarrosAntigos #CasamentoComEstilo #HalloweenElegante #MisterioEncantado
#AluguelDeCarros

POST 14.



✨ A magia de um casamento dos sonhos começa com a chegada perfeita. ✨

Imagina a cena: você, radiante como noiva, deslumbrando ao lado de um carro clássico, cheio de charme e história. 💍🚗

Cada detalhe do seu grande dia merece ser inesquecível – e nada mais elegante do que dar aquele toque vintage à sua celebração. 🕒

📸 Confira esse ensaio exclusivo e se apaixone pelo nosso portfólio de carros antigos, que farão você brilhar ainda mais no altar.

Agende sua visita e escolha o modelo que vai ser o destaque da sua história de amor!
💕 #CasamentoDosSonhos #CarrosAntigos #AluguelDeCarros #NoivaComEstilo
#ChegadaPerfeita

POST 17.



Para um casamento com a combinação perfeita de modernidade e luxo, escolha o Mercedes Benz C55 2006. 💎✨

Este carro traz não apenas a potência de um motor incrível, mas também um acabamento que exala sofisticação. Imagine seu grande dia com uma entrada digna de filme – com a Rota Romântica, isso é possível. 🚗💨

Reserve o seu e faça da sua cerimônia um espetáculo inesquecível.

POST 18.



O charme do passado, o glamour do presente. 💕

Para quem sonha com um casamento atemporal, nossos carros antigos são a escolha perfeita. Cada modelo conta uma história única, e juntos vamos criar momentos inesquecíveis no seu grande dia.

A elegância da sua chegada começa aqui. Agende sua experiência e veja como podemos transformar o seu "sim" em um conto de fadas moderno. ✨

#CasamentoDeCinema #CarrosVintage #ElegânciaNosDetalhes #AluguelDeCarros
#ChegadaDeNoiva

POST 19.



Do glamour vintage à modernidade: uma chegada que vai ser lembrada para sempre! ✨🚗

Para casais que acreditam que a chegada ao altar deve ser tão marcante quanto o amor que celebram. Nossos carros clássicos garantem a sofisticação que o seu casamento merece.

Entre em contato e deixe-nos fazer parte do seu grande dia com um toque de classe e história. 💍🌹

#CarrosVintage #ChegadaElegante #AluguelDeCarros #CasamentoComEstilo
#AmorEClasse

POST 20.



A magia da sua chegada começa com um carro dos sonhos. 🌟

Imagine-se entrando no seu grande dia em um carro clássico, repleto de história, sofisticação e elegância. É assim que fazemos cada casamento mais especial.

Não é só uma viagem, é um momento único – agende agora o seu carro dos sonhos!



#CarrosAntigos #ChegadaDeNoiva #CasamentoComGlamour #AluguelDeCarros
#DetalhesQueFazemADiferença

POST 21.

(Capa de Reels)



A sofisticação está nos detalhes... e no carro certo! ✨

Quer um casamento que seja puro glamour? Os nossos carros antigos são a cereja do bolo para quem busca um toque de classe e estilo no grande dia.

Transforme cada segundo do seu casamento em algo inesquecível – comece pela sua chegada! 💍🚗

#ChegadaPerfeita #CarrosDeCasamento #CasamentoComEstilo #NoivaDeSonho
#AluguelDeCarrosAntigos

POST 22.



Aqui, cada detalhe importa! ✨

Nossos clássicos passam por uma rotina cuidadosa de manutenção e preparação para estarem sempre prontos para momentos especiais. Vem conhecer o cuidado que dedicamos a cada carro da nossa frota.

POST 23.



Ela sonhou com o grande dia, nós realizamos a chegada perfeita. ✨👰

Do altar ao passeio pós-festa, nossos carros clássicos são a maneira mais charmosa de deixar a sua história ainda mais memorável. Cada modelo, uma peça de história, cada viagem, uma recordação eterna.

Quer fazer do seu casamento um conto de fadas moderno? Entre em contato e descubra as opções! 💕💕

#CasamentoDeSonho #CarrosQueEncantam
#ChegadaDeNoiva #AmorEEstilo

#AluguelDeCarrosAntigos

POST 24.



Cada detalhe, cada curva e cada toque de história fazem dos nossos carros clássicos mais que simples veículos — eles são verdadeiros companheiros para momentos inesquecíveis. Seja para uma chegada triunfal no casamento, uma sessão de fotos cheia de charme ou um evento elegante, nossos clássicos são o toque de sofisticação que você merece. 🚗✨

Escolha um clássico e traga o glamour das décadas passadas para o seu momento especial. Vamos juntos transformar sonhos em realidade?

Post 25.



Quer saber mais sobre como nossos carros clássicos podem fazer parte do seu grande dia? Estamos aqui para ajudar a tornar seu momento inesquecível! 🚗✨

Entre em contato e vamos conversar sobre como transformar o seu sonho em realidade.

Estamos à disposição para tirar suas dúvidas, apresentar nossos modelos e ajudar na escolha perfeita para o seu evento! Venha conhecer de perto o charme dos nossos clássicos!

Post 26.



Elegância que não passa despercebida. ✨🚗

Cada detalhe dos nossos carros clássicos foi cuidadosamente restaurado para garantir que o seu grande dia seja inesquecível. Do brilho nas rodas ao acabamento impecável, temos o carro perfeito para fazer sua entrada com o estilo e o charme que ele merece.

Se você quer mais do que um simples carro para o seu evento, quer um clássico que conte uma história, a nossa frota é a escolha certa. 💍❤️

Agende já a sua visita e venha descobrir qual modelo vai tornar seu momento ainda mais especial. Link na bio para mais informações! 📞

POST 27.



Elegância e autenticidade estão em cada um dos nossos carros clássicos. Quando você escolhe um deles, está escolhendo um pedaço de história, um toque de nostalgia e um glamour que só os carros antigos podem trazer. Imagina se ver chegando no seu grande dia a bordo de um ícone sobre rodas? 🕒✨

Deixe nossos clássicos fazerem parte da sua história — entre em contato e agende uma visita para conhecer de perto o seu próximo companheiro de aventuras.

POST 28.



Em tempos de tanto ‘mais do mesmo’, que tal algo realmente inesquecível?

Os carros clássicos têm uma magia que transforma qualquer ocasião em um momento épico. Cada modelo da nossa coleção foi escolhido para que você viva uma experiência única, cheia de estilo e elegância. Para quem busca fazer do seu casamento ou evento um capítulo memorável, estamos aqui para realizar o sonho sobre rodas! 🚗💍✨

Vem conhecer nossa frota e escolher o seu!

POST 29.



Quer que o seu look esteja à altura de um carro clássico?

Aposte em um estilo elegante e atemporal para fazer do seu momento algo inesquecível. Inspire-se e escolha o visual perfeito para combinar com seu clássico dos sonhos!

POST 30.



Se eu pudesse fazer um pedido para o Papai Noel, seria... ter um clássico da nossa coleção na garagem! 🧑🏻🎅 ✨

Porque nada supera o charme e a elegância de um carro antigo para tornar qualquer momento mais especial. Qual modelo da nossa frota você gostaria de ganhar de presente? 🚗❤️

POST 31.



Qual carro clássico combina com o seu estilo? Elegante e sofisticado ou descontraído e romântico? Conte para a gente nos comentários e descubra seu par perfeito sobre rodas! 🚗💫

POST 32.



Que o encanto do Natal traga muita alegria e celebração para todos! 🌲 ✨ Da nossa equipe para a sua, desejamos um Natal cheio de amor e momentos inesquecíveis ao lado de quem você ama. Feliz Natal!

POST 33.



Ano Novo, novas histórias para contar! Que tal incluir nos seus planos de 2025 um toque especial com nossos carros antigos? 🚗✨

Imagine chegar ao seu casamento ou evento em grande estilo, em um clássico atemporal. Vamos transformar momentos em memórias inesquecíveis juntos? Faça de 2025 o ano do seu sonho sobre rodas! 🌟🚗

POST 34.



Quando falam 'carro antigo', muitos imaginam algo super acabado... 🤔 Mas a realidade é bem diferente! 🚗✨

Nossos clássicos são restaurados com o maior cuidado, prontos para trazer elegância e sofisticação ao seu grande dia! Quem mais ama um clássico impecável? 💍

POST 35.



Que 2025 chegue trazendo novos caminhos e muitas jornadas especiais! ✨
Desejamos a todos um Ano Novo repleto de alegrias, sonhos realizados e momentos únicos, assim como cada detalhe dos nossos carros antigos. Que seja um ano próspero e cheio de boas surpresas. Feliz Ano Novo! 🎉🍾🚗

POST 36.



Conheça cada detalhe que faz do nosso Cadillac Seville uma peça única. Cada botão, cada costura e cada curva foram pensados para dar um charme especial. Entre e veja o que torna esse clássico tão encantador. 🚗✨

11 CUSTO TOTAL DA CAMPANHA



TABELA DE INVESTIMENTOS

CLIENTE: ROTA ROMÂNTICA

ITEM	QUANTIDADE	DESCRIÇÃO	PRODUÇÃO	CRIAÇÃO	TOTAL
Cartão de visita	100	Cartão de visita para divulgação da empresa	R\$ 119,99	R\$ 50,00	R\$ 169,99
Catálogo	01	Criação de catálogo par apresentação dos carros e serviços	R\$ 100,00	R\$ 500,00	R\$ 600,00
Copywriters	01	Contratação de um profissional para copy	-	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Design gráfico para peças	01	Contratação de um profissional para design	-	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Evento	01	Planejamento Produção Brindes	R\$ 300,00	R\$ 750,00	R\$ 1.050,00
Manual de identidade visual	01	Documento institucional	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00
Mídias sociais	01	Material para mídias digitais	-	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Planejamento de campanha	01	Imagem da marca Análise SWOT Pesquisa de mercado Desenvolvimento de estratégias Elaboração de conceito Plano de mídia	-	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Produção de vídeos	24	Material para mídias sociais	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00
Sessões fotográficas	01	Material para mídias sociais Material para catálogo	R\$ 1.500,00	-	R\$ 1.500,00
Total de investimentos					R\$ 12.319,99



TABELA DE INVESTIMENTOS

CLIENTE: ROTA ROMÂNTICA

ITEM	QUANTIDADE	DESCRIÇÃO	PRODUÇÃO	CRIAÇÃO	TOTAL
Embalagem para brinde	50	Embalagens de kraft para montagem de brinde	R\$ 2,50	-	R\$ 125,00
Aromatizante para carros	50	Aromatizante próprios para automóveis	R\$ 15,00	-	R\$ 750,00
Carrinhos colecionáveis	50	Carrinhos da marca HotWheels colecionáveis	R\$ 20,00	-	R\$ 1.000,00
Canetas	50	Canetas personalizadas da marca	R\$ 2,50	-	R\$ 250,00
Chocolates	50	Chocolates para incrementar o brinde	R\$ 16,00	-	R\$ 800,00
Total de investimentos					R\$ 2.925,00



12 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As soluções estratégicas desenvolvidas para a Rota Romântica buscaram potencializar a presença digital da marca por meio de um planejamento focado em tráfego pago no Instagram e campanhas visuais de alta qualidade. O trabalho envolveu a criação de um plano de mídia detalhado, considerando fatores como público-alvo, potencial de engajamento e orçamento disponível.

O desenvolvimento dessa campanha permitiu que a marca alcançasse uma comunicação consistente e alinhada aos interesses dos clientes, destacando-se no mercado. Os resultados esperados incluem maior reconhecimento de marca, aumento do engajamento nas redes sociais e conversões mais eficientes. Esse projeto consolidou a Rota Romântica como uma escolha diferenciada e atraente para casais em busca de uma experiência sofisticada em seus eventos.

13 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLESSA, R. Merchandising no ponto-de-venda. São Paulo: Atlas, 2001.

HELLER, E. Psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

MUNHOZ, D. R. M. Manual de identidade visual: guia para construção. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

WHEELER, A. Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. Porto Alegre: Bookman, 2019.

14 ARTIGO CIENTÍFICO

INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE NA COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL: O DOCUMENTÁRIO AMOR NO ESPECTRO, DE NETFLIX

Gustavo Godoy [1]
Júlia Campanha [2]
Anna Priscilla Romera [3]

Resumo:

A formação adequada e a sensibilização de criadores de conteúdo sobre a importância de produções audiovisuais que retratem a comunicação inclusiva refletem a crescente conscientização sobre a diversidade e a necessidade de inclusão. Esse desenvolvimento é essencial não apenas para entender as necessidades de indivíduos com algum tipo de deficiência, mas também para promover uma discussão acerca de uma sociedade mais justa e equitativa. Compreende-se que, quando os imperativos de todos os indivíduos são considerados, o conteúdo audiovisual não só se torna mais acessível, mas também mais rico e representativo como um todo. A partir disso, o presente artigo teve como objetivo investigar como a produção audiovisual aborda, atualmente, a inclusão de pessoas com deficiência, principalmente as portadoras do transtorno do espectro autista. Justificou-se tal proposição, tendo em vista que a representação de pessoas com deficiência no audiovisual tendem a moldar percepções. Nesse viés, os meios de comunicação têm um papel poderoso na formação de opiniões e atitudes. Para lograr tal feito, a abordagem metodológica foi de caráter qualitativo, utilizando uma revisão bibliográfica, com a leitura de livros, artigos e trabalhos acadêmicos de repositórios nacionais e internacionais. Além disso, realizou-se em um estudo de caso com a análise da série “Amor no Espectro”, em que se enfatizou a necessidade da representatividade de personagens com espectro autismo como forma de ampliar uma perspectiva de conscientização humana. A investigação demonstrou a essencialidade de contínuas melhorias e inovações na área da inclusão e acessibilidade na comunicação audiovisual. À medida que a tecnologia avança e a sociedade evolui, é crucial que o setor audiovisual continue a se adaptar e a se esforçar para garantir uma representação inclusiva que possa auxiliar a combater estigmas e promover a aceitação e a compreensão entre os indivíduos.

Palavras-chave: linguagem audiovisual; inclusão; representatividade.

INTRODUÇÃO

A linguagem audiovisual sofreu diversas mudanças e dificuldades conforme as instabilidades políticas e culturais. Com o passar do tempo, as produções procuraram retratar questões sociais importantes. A conscientização sobre a acessibilidade no audiovisual, por exemplo, tem crescido de forma significativa.

[1] Centro Universitário de Votuporanga (UNIFEV), São Paulo, Brasil. Bacharelado em Publicidade e Propaganda. Email: gustavasantosgodoy41@gmail.com

[2] Centro Universitário de Votuporanga (UNIFEV), São Paulo, Brasil. Bacharelado em Publicidade e Propaganda. Email: julia.campanha@hotmail.com

[3] Centro Universitário de Votuporanga (UNIFEV), São Paulo, Brasil. Especialista em Deficiência Auditiva – Tradução e Interpretação em Libras. Email: annaprisilla@hotmail.com

Esse avanço é resultado de um esforço conjunto de organizações e grupos de defesa dos direitos das pessoas com deficiência que têm se dedicado a garantir que as regulamentações e diretrizes de acessibilidade sejam respeitadas e expandidas na indústria audiovisual.

Um aspecto notável desse movimento é o aumento da visibilidade das questões relacionadas à acessibilidade no cenário midiático e cultural. Por meio de campanhas de conscientização, eventos e ativismo nas redes sociais, organizações têm se esforçado para sensibilizar o público em geral sobre a importância de tornar o audiovisual mais inclusivo.

Partindo desta premissa, o presente artigo teve como objetivo investigar como a produção audiovisual aborda a inclusão de pessoas com deficiência, principalmente as com espectro autista, diante dos desafios únicos pela qual lidam ao buscarem sua inclusão.

Justificou-se tal proposição, tendo em vista que a representação de pessoas com deficiência no audiovisual moldam percepções. Nesse viés, a mídia tem um papel poderoso na formação de opiniões e atitudes. A abordagem metodológica foi de caráter qualitativo, utilizando uma revisão bibliográfica, com a leitura de livros, artigos e trabalhos acadêmicos de repositórios nacionais. Além disso, realizou-se em um estudo de caso com a análise da série “Amor no Espectro”, em que se enfatizou a necessidade da representatividade de personagens com espectro autismo como forma de ampliar uma perspectiva de conscientização humana.

DESENVOLVIMENTO

1 A linguagem audiovisual: alguns apontamentos

Primeiramente, é importante salientar que a linguagem audiovisual, até hoje tem enfrentado desafios significativos. A regulamentação, por exemplo, é um tópico crítico. Conforme mencionado por Souza (2018), “as políticas públicas relacionadas ao audiovisual desempenham um papel fundamental na promoção da produção nacional, mas também podem limitar a criatividade e a independência artística”. O equilíbrio entre apoio estatal e liberdade criativa é uma preocupação constante.

A tecnologia, por sua vez, tem desempenhado um papel transformador nessa área. De acordo com Lima (2010), “a chegada das plataformas de streaming revolucionou a forma como consumimos conteúdo, proporcionando uma oportunidade única para criadores independentes”. No entanto, isso também trouxe desafios em relação à concorrência e à distribuição.

No cenário contemporâneo, as plataformas de streaming e a produção independente estão redefinindo o audiovisual brasileiro. De acordo com Lima (2018), "a ascensão das plataformas de streaming permitiu que criadores independentes alcançassem uma audiência global, democratizando a produção de conteúdo". Essa transformação digital está alterando a forma como o público consome conteúdo audiovisual.

Nesse sentido, é evidente que o audiovisual é um setor vibrante e diversificado que desempenha um papel vital na cultura e na sociedade de um determinado país. Segundo Silva (2021), "o audiovisual é uma manifestação poderosa da nossa identidade cultural, capaz de transcender fronteiras e influenciar a percepção global". Isso destaca a importância do setor não apenas como entretenimento, mas como uma forma de expressão cultural e diplomacia.

A linguagem audiovisual é, portanto, um campo diversificado e dinâmico que reflete a pluralidade cultural e social de uma nação. Ela tem o poder de entreter, informar e provocar reflexão, ao mesmo tempo em que desempenha um papel fundamental na representação e no entendimento da sociedade.

2 Comunicação inclusiva nas produções audiovisuais: um pouco dos avanços e contribuições

Os esforços de conscientização têm influenciado a indústria audiovisual para uma comunicação inclusiva e acessível à pessoas com deficiência. Produtores e diretores estão cada vez mais atentos à necessidade de incluir legendas, audiodescrição e interpretação em Libras em suas produções, por exemplo.

De acordo com Vigata e Barbosa (2009), as legendas são uma forma de acessibilidade, já que transcrevem as palavras emitidas oralmente. Isso constitui um processo de tradução intralingual, ou seja, a alteração ocorre apenas no código de emissão da mensagem, antes oral, agora escrito, e todo o processo se dá em uma mesma língua.

A inclusão e a acessibilidade no campo do audiovisual têm sido uma preocupação crescente em todo o mundo, e o uso de legendas e audiodescrição desempenha um papel crucial na garantia de que todos possam desfrutar desse meio de comunicação de forma igualitária.

As legendas são uma ferramenta vital que torna o conteúdo audiovisual acessível a pessoas com deficiência auditiva ou que não falam o idioma original, ampliando o alcance do conteúdo, além de garantir que informações essenciais sejam compreendidas por um público diversificado.

A audiodescrição, por sua vez, desempenha um papel fundamental na acessibilidade para pessoas com deficiência visual. Segundo Silva (2019), "a audiodescrição fornece descrições verbais dos elementos visuais de uma produção, permitindo que pessoas com deficiência visual entendam o que está acontecendo nas cenas". Assim, não apenas torna o conteúdo mais inclusivo, mas também promove uma compreensão mais profunda da narrativa.

A importância das legendas e da audiodescrição se estende além do entretenimento. Em produções educacionais e de treinamento, a inclusão de legendas é essencial para garantir que estudantes com deficiência tenham igualdade de acesso ao conteúdo. Tal medida é particularmente relevante em um mundo cada vez mais digital, onde o aprendizado online desempenha um papel crucial.

As plataformas de streaming também estão reconhecendo a importância da acessibilidade. Grandes serviços de streaming agora oferecem legendas e audiodescrição em várias línguas, atendendo a uma audiência global.

A implementação de legendas e audiodescrição não apenas amplia o público de produções audiovisuais, mas também promove uma experiência de visualização mais inclusiva.

No entanto, é fundamental destacar que a implementação bem-sucedida de legendas e audiodescrição requer cuidados específicos. Lee (2017) adverte que "as legendas devem ser precisas, bem cronometradas e apresentadas de forma legível", enquanto a audiodescrição deve ser cuidadosamente elaborada para não interferir na experiência geral.

Em síntese, as legendas e a audiodescrição são elementos essenciais para tornar o conteúdo audiovisual acessível a uma ampla gama de públicos, sendo que os autores aqui citados destacam a importância dessas práticas na promoção da igualdade de acesso à informação e ao entretenimento.

Desta forma, à medida que o campo do audiovisual continua a evoluir, a incorporação eficaz de legendas e audiodescrição desempenha um papel crucial na construção de uma sociedade mais inclusiva.

Esses aspectos não representam apenas princípios éticos fundamentais, mas também ampliam o alcance e a relevância do conteúdo audiovisual, beneficiando um público diversificado e, ao mesmo tempo, enriquecendo a experiência de todos os espectadores.

As plataformas de streaming também estão reconhecendo a importância da Libras. Muitos serviços de streaming agora oferecem conteúdo com Libras, atendendo a uma audiência global. Isso não apenas amplia o público de produções audiovisuais, mas também promove a diversidade linguística.

Entretanto, é importante lembrar que a presença da Libras no audiovisual requer intérpretes qualificados e a garantia de que as traduções sejam precisas. Conforme alerta Lee (2017), "a interpretação de Libras deve ser cuidadosamente executada para garantir que a mensagem seja transmitida de forma precisa e culturalmente sensível".

Dessa forma, apesar dos avanços ainda existem desafios a serem superados. A conscientização e a advocacia devem continuar a fim de garantir que todas as produções audiovisuais, independentemente de seu tamanho ou orçamento, estejam em conformidade com as normas de acessibilidade. Além disso, é importante assegurar que pessoas com deficiência tenham voz ativa na formulação de políticas e regulamentações relacionadas ao audiovisual.

A conscientização sobre a importância da acessibilidade no audiovisual está em ascensão, impulsionada pelo trabalho incansável de organizações e defensores dos direitos das pessoas com deficiência. Essa conscientização está transformando a indústria audiovisual e contribuindo para tornar o entretenimento e a informação mais acessíveis, independentemente de suas necessidades específicas.

A linguagem audiovisual tem se destacado como uma ferramenta de relevância ímpar na busca por uma comunicação mais inclusiva e acessível. A convergência de elementos visuais e auditivos proporciona uma abordagem abrangente à transmissão de informações, superando barreiras linguísticas e culturais.

Ao fundir imagens e som, a linguagem audiovisual se estabelece como um veículo eficaz na promoção da compreensão universal, atingindo públicos diversos (Silva, 2019).

Sob o prisma da inclusão, a linguagem audiovisual desempenha um papel vital ao oferecer representações autênticas e empáticas da diversidade humana.

Conforme destacado por Sousa *et al.* (2020), essa linguagem permite uma narrativa visual rica, capaz de transcender limitações escritas. Essas representações

visuais, aliadas à inclusão de legendas e descrições sonoras, ampliam a acessibilidade, permitindo que pessoas com deficiências sensoriais também se conectem à mensagem transmitida.

Nos cenários digitais contemporâneos, a linguagem audiovisual encontra terreno fértil para florescer com plataformas de compartilhamento de vídeos e redes sociais que oferecem um canal direto para disseminar narrativas inclusivas além das fronteiras geográficas.

Santos (2021) enfatiza que a comunicação por meio de narrativas visuais não apenas promove a compreensão entre diferentes culturas, mas também estabelece uma conexão global de empatia e solidariedade.

Em relação a comunicação inclusiva e acessível, foi realizada pesquisa com voluntários com e sem deficiência visual que indicaram que a maneira mais popular de ouvir material audiovisual era através de alto-falantes incluídos na televisão. Além disso, embora ambos os grupos tenham indicado que seu principal acesso ao som surround é através da ida ao cinema, os participantes com deficiência visual têm muito mais probabilidade de nunca ter experimentado áudio especializado e, como resultado, estão menos expostos às maneiras pelas quais o áudio pode beneficiar a experiência de audição (Lopez; Kearney, 2018).

Conforme ressaltado por Silva (2019), "a linguagem audiovisual possui o poder de transcender as barreiras linguísticas e culturais, oferecendo uma plataforma de comunicação universalmente compreensível". A combinação de elementos visuais e sonoros abre portas para uma compreensão mais abrangente, tornando a comunicação acessível a uma variedade de públicos.

A acessibilidade é uma questão central na linguagem audiovisual. Segundo Johnson (2018), "a inclusão de legendas e descrições sonoras no conteúdo audiovisual amplia o alcance da mensagem, tornando-a disponível para pessoas com deficiência auditiva e visual".

Deste modo, resta evidente que a incorporação de ferramentas de acessibilidade promove uma comunicação mais igualitária e assegura que ninguém seja deixado para trás.

Além disso, a representação autêntica é uma preocupação crescente na linguagem audiovisual. Essa autenticidade contribui para a construção de um espaço comunicativo onde indivíduos de diferentes origens podem se ver e se reconhecer.

Sousa *et al.* (2020) enfatizam que "a linguagem audiovisual oferece uma oportunidade de representar as experiências humanas de maneira genuína e empática".

Nas plataformas digitais contemporâneas, a linguagem audiovisual também age como um agente de conexão global. De acordo com Santos (2021), "as narrativas visuais cruzam fronteiras geográficas, promovendo a compreensão entre diferentes culturas e construindo uma ponte emocional entre indivíduos distantes". Assim, a universalidade de alcance contribui para uma interação mais rica e uma troca de ideias que ultrapassa barreiras linguísticas.

Contudo, a responsabilidade na criação de conteúdo audiovisual não deve ser subestimada. Lee (2017) alerta para a necessidade de representações sensíveis e não estereotipadas. O uso inadequado da linguagem audiovisual pode perpetuar visões distorcidas, contradizendo os princípios de inclusão e acessibilidade que ela busca promover.

Assim, a linguagem audiovisual, quando empregada com sensibilidade, pode enriquecer a narrativa inclusiva, mas quando utilizada de forma equivocada, pode perpetuar desigualdades negando os próprios objetivos de inclusão e acessibilidade.

Por isso, a linguagem audiovisual emerge como um pilar essencial na construção de uma comunicação verdadeiramente inclusiva e acessível, possuindo capacidade de transcender barreiras, proporcionar representações autênticas e conectar pessoas de diferentes origens a coloca no epicentro de um novo paradigma comunicativo.

No entanto, a cautela na criação de conteúdo e a promoção de narrativas sensíveis são vitais para garantir que essa linguagem seja uma força positiva na busca por uma sociedade mais inclusiva e igualitária.

Diante o exposto, a linguagem audiovisual emerge como uma catalisadora na promoção da comunicação inclusiva e acessibilidade, possuindo capacidade de transcender limitações linguísticas e culturais, enquanto oferece representações autênticas, tornando uma força transformadora na construção de um ambiente comunicativo mais equitativo.

No entanto, é crucial lembrar que essa ferramenta poderosa requer um uso consciente e responsável para evitar perpetuar estereótipos prejudiciais. Segundo Johnson (2018), "o audiovisual tem a capacidade única de transmitir mensagens de maneira acessível e envolvente, alcançando um público diversificado". A combinação de elementos visuais e sonoros possibilita uma comunicação que ultrapassa as barreiras linguísticas e culturais, tornando-a acessível a um grande conjunto de pessoas.

A representatividade é outra dimensão importante da comunicação inclusiva no audiovisual. Sousa *et al.* (2020) destacam que "a representação autêntica de diversas identidades e experiências humanas é essencial para criar um ambiente comunicativo verdadeiramente inclusivo". Isso implica a necessidade de retratar de maneira sensível e não estereotipada pessoas de diferentes origens étnicas, culturais, de gênero e orientações sexuais.

Nas plataformas de mídia social, o audiovisual desempenha um papel crucial na promoção da diversidade de vozes e perspectivas. Conforme Santos (2021), "as narrativas visuais nas redes sociais permitem que indivíduos compartilhem suas histórias e experiências, conectando-se com audiências globais", contribuindo para um diálogo intercultural e uma compreensão mais profunda das complexidades humanas.

Em resumo, o audiovisual é um veículo poderoso para promover a comunicação inclusiva, contendo capacidade de superar barreiras linguísticas, oferecer acessibilidade a diversos públicos e representar autenticamente diferentes identidades e experiências fazendo dele uma ferramenta essencial na construção de uma sociedade mais inclusiva. No entanto, seu uso deve ser guiado por princípios responsáveis para evitar a perpetuação de estereótipos e exclusão.

4 Eis que chega a vez do autismo na linguagem audiovisual

De início, é relevante conceituar e descrever os principais pontos da constituição e classificação da pessoa portadora do espectro autista.

O Ministério da Saúde (Brasil, 2022) descreve que o "transtorno do espectro autista (TEA) é um distúrbio do neurodesenvolvimento caracterizado por desenvolvimento atípico, manifestações comportamentais, déficits na comunicação e na interação social, padrões de comportamentos repetitivos e estereotipados, podendo apresentar um repertório restrito de interesses e atividades".

A pessoa portadora do transtorno do espectro autista pode se enquadrar em 3 (três) níveis, conforme será retratado a seguir.

O nível 1, classificado como “exigindo apoio” (também chamado de leve), se enquadram os indivíduos que, na ausência de um responsável, apresentam dificuldades para iniciar alguma interação e possuem comportamentos atípicos quando colocados em situações que exigem contato social. É importante destacar que portadores do TEA classificados nesse nível conseguem estabelecer uma certa interação social, ainda que com certa dificuldade e estranheza em relação ao outro (APA, 2014).

O nível 2, conhecido como moderado, abarca aqueles que têm maior comprometimento de interação com o outro, seja na comunicação verbal ou não-verbal, mesmo com apoio de terceiros, com acentuado estranhamento em seu comportamento social.

Apesar de necessitar de demasiada dependência, o indivíduo classificado com transtorno moderado é intermediário entre os dois extremos do nível 1 e nível 3 - comprometimento mais superficial e mais suscetível a melhoras conforme os estímulos recebidos do ambiente e comprometimento significativo e mais rígido, respectivamente (APA, 2014).

O nível 3 caracteriza-se pelo comprometimento grave, de modo que o indivíduo possui extrema dificuldade de realizar a comunicação verbal e não-verbal de forma concreta sua interação geralmente se limita apenas a reações diretas a alguns estímulos ambientais, dependendo na maioria das vezes de terceiros para a realização de tarefas. O comportamento daqueles classificados no nível 3 se apresenta total ou aproximadamente inflexível, com significativos problemas em relação a quaisquer mudanças (APA, 2014).

A delimitação desses níveis influencia diretamente no grau de autonomia que a pessoa com TEA consegue alcançar, conforme suas especificidades. É importante destacar que a pessoa com TEA classificada no nível 3 dificilmente irá atingir o grau de autonomia que aquele enquadrado no nível 1 provavelmente consiga alcançar, justamente por possuir mais limitações dentro de seu diagnóstico (NeuroSaber, 2020).

Nesse sentido, ressaltamos que a escolha deste tema voltado às pessoas portadoras do espectro autista se baseia na importância da inclusão da pessoa com TEA dentro da sociedade contemporânea. Com o avanço da ciência e a conquista de direitos, a inserção da pessoa com TEA no meio social é uma realidade em todo o mundo.

À vista disso, analisar-se-á o documentário “Amor no Espectro”, que demonstra a vida cotidiana voltada a vida amorosa de pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA), ilustrando os desafios e experiências enfrentados.

5 Estudo de caso sobre o documentário “Amor no Espectro”

O audiovisual, em suas diversas formas, desempenha um papel essencial na moldagem das percepções sociais, na construção de identidades e no estímulo da inclusão.

No cenário contemporâneo das produções audiovisuais, os documentários têm se destacado como ferramentas poderosas para a sensibilização e educação sobre temas complexos e, muitas vezes, marginalizados. “Amor no Espectro” (“Love on the Spectrum”), um documentário da Netflix lançado em 2020, exemplifica essa capacidade ao abordar com delicadeza e profundidade a vida amorosa de indivíduos no espectro do autismo.

Combinando elementos de realidade e narrativa documental, a série oferece ao público uma janela rara e empática para as experiências e desafios enfrentados por essas pessoas em suas jornadas para encontrar amor e companheirismo.

"Amor no Espectro" segue a vida de vários jovens adultos australianos diagnosticados com Transtorno do Espectro Autista (TEA), explorando suas tentativas de navegar o complexo mundo dos relacionamentos românticos.

A série destaca não apenas as dificuldades inerentes ao autismo, como a comunicação e a interpretação de sinais sociais, mas também as aspirações, esperanças e individualidades de cada participante. A narrativa é construída de forma a desmistificar preconceitos e estereótipos comuns sobre o autismo, promovendo uma visão mais humanizada e inclusiva.

Foto: Divulgação/Netflix

[Amor no espectro 2 mostra como autistas enxergam o mundo \(terra.com.br\)](https://terra.com.br)

Neste estudo de caso, propõe-se uma análise detalhada de "Amor no Espectro", com foco em três principais áreas: a representação do autismo na mídia, a metodologia documental empregada e o impacto social e educacional do documentário.

Primeiramente, examinaremos como o documentário contribui para a representação mais precisa e compassiva de pessoas com TEA, contrastando com outras representações midiáticas que frequentemente reforçam estereótipos negativos ou simplistas. Em seguida, analisaremos as técnicas documentais utilizadas, avaliando como a narrativa visual e a edição contribuem para a construção de uma narrativa envolvente e respeitosa. Por fim, discutiremos o impacto social e educacional da série, considerando o feedback da audiência, a reação da comunidade autista e as implicações para a conscientização pública sobre o autismo.

A importância de "Amor no Espectro" reside em sua abordagem inovadora e sensível. O documentário evita o sensacionalismo e a vitimização, focando-se na autenticidade das experiências dos participantes. Cada episódio é estruturado para proporcionar uma compreensão profunda e genuína dos desafios e triunfos pessoais dos indivíduos no espectro autista.

Além disso, o documentário envolve especialistas em autismo, que fornecem insights valiosos e contexto sobre as particularidades e necessidades dos participantes, enriquecendo ainda mais a narrativa.

Uma das principais contribuições do documentário é a sua capacidade de humanizar e dar voz às pessoas autistas, muitas vezes marginalizadas em discursos midiáticos convencionais. Ao mostrar suas histórias pessoais, desejos, medos e esperanças, "Amor no Espectro" promove uma maior compreensão e empatia por parte do público em geral.

Esta representação positiva é crucial para combater estigmas e preconceitos associados ao autismo, destacando que indivíduos no espectro têm as mesmas aspirações amorosas que qualquer outra pessoa.

Além disso, o documentário revela os desafios específicos que os indivíduos autistas enfrentam ao buscar relacionamentos românticos. A dificuldade em interpretar sinais sociais, a ansiedade em situações de encontro e a necessidade de rotinas podem complicar a busca por um parceiro compatível.

No entanto, "Amor no Espectro" também mostra que, com o suporte adequado, essas barreiras podem ser superadas. Os especialistas em relacionamentos e terapeutas apresentados no documentário desempenham um papel vital ao fornecer estratégias e orientações personalizadas, ajudando os participantes a se sentirem mais confiantes e preparados para as complexidades do namoro.

O apoio familiar emerge como um tema fundamental em "Amor no Espectro". As famílias dos participantes são frequentemente mostradas como fontes de suporte emocional e prático.

A série evidencia como o encorajamento e a aceitação dos familiares podem ser determinantes para o sucesso e bem-estar dos indivíduos autistas. Pais, irmãos e outros parentes são vistos ajudando na preparação para encontros, oferecendo conselhos e, sobretudo, demonstrando amor e compreensão incondicionais.

Por exemplo, Chloe, uma jovem mulher autista, conta com o apoio constante de sua mãe, que a incentiva a ser independente enquanto a ajuda a lidar com a ansiedade associada aos encontros. Este apoio não só facilita a busca por um relacionamento romântico, mas também contribui para o desenvolvimento de uma autoestima saudável e de habilidades sociais importantes.

[Os desafios sociais em "O Amor no Espectro" desafios sociais e autismo \(inspiradospeloautismo.com.br\)](http://inspiradospeloautismo.com.br)

Além de ter um impacto significativo na forma como o autismo é percebido pela sociedade, ao trazer à tona as experiências amorosas de pessoas autistas, o documentário desafia o público a reconsiderar suas próprias percepções sobre amor, relacionamento e neurodiversidade.

A autenticidade e a honestidade dos participantes oferecem uma nova perspectiva sobre o que significa amar e ser amado, independentemente das diferenças neurodiversas.

A série promove uma maior conscientização sobre o autismo e incentiva uma sociedade mais inclusiva. Ela ressalta que, embora indivíduos autistas possam enfrentar desafios únicos, eles compartilham as mesmas aspirações e desejos que qualquer outra pessoa. Isso contribui para uma mudança cultural em direção à aceitação e inclusão, onde todas as formas de amor são valorizadas e respeitadas.

A análise de "Amor no Espectro" não só ilumina os méritos e desafios da série em si, mas também abre um diálogo mais amplo sobre a necessidade de representações diversas e precisas na mídia.

No entanto, apesar dos avanços representacionais alcançados por "Atypical" e outras produções audiovisuais, ainda há muito a ser feito para promover a inclusão de pessoas com autismo no cinema.

Para muitos, assistir um filme no cinema é uma experiência social e emocional significativa, uma oportunidade de se conectar com histórias e personagens. Todavia, para pessoas com espectro autista, essa experiência pode ser acompanhada por uma série de desafios únicos, desde a superestimulação sensorial até a dificuldade de compreender as experiências sociais e emocionais presentes nos filmes.

Dentre esses desafios enfrentados por pessoas com autismo, um dos principais é a superestimulação sensorial ao frequentar o cinema. As salas de cinema são frequentemente espaços com muitos ruídos e visualmente estimulantes, com muitas luzes brilhantes e sons altos.

Para muitas pessoas com autismo, essas condições podem ser péssimas e assim, desencadear até reações de ansiedade, desconforto ou a chamada sobrecarga sensorial. Como resultado disso, muitas pessoas com autismo evitam ou têm dificuldade em desfrutar de experiências audiovisuais como essas.

Além dos desafios sensoriais, questões relacionadas à compreensão e interpretação de filmes também podem representar obstáculos para pessoas com autismo. Os filmes frequentemente envolvem problemas sociais, emocionais e

narrativas que podem ser difíceis de entender, ainda mais para pessoas com dificuldades de comunicação, socialização ou interpretação de sinais não verbais.

Entretanto, apesar desses desafios, há uma crescente conscientização sobre a importância de tornar o cinema mais inclusivo para pessoas com autismo. Entre essas iniciativas podemos citar as sessões sensoriais, que oferecem ambiente mais tranquilo e adaptado para pessoas com necessidades sensoriais especiais.

Essas sessões frequentemente envolvem ajustes na iluminação, no som e na atmosfera da sala de cinema, criando um ambiente mais acolhedor e acessível para pessoas com autismo e têm ganhado popularidade em muitos cinemas.

Além das sessões sensoriais que trouxe resultados positivo, outras estratégias podem ser implementadas para promover a inclusão de pessoas com autismo no cinema, como por exemplo a inclusão da oferta de recursos de apoio. A oferta de recursos de apoios inclui legendas descritivas e audiodescrição, que podem ajudar pessoas com autismo a compreender melhor o conteúdo dos filmes.

Por fim, a promoção de uma representação mais autêntica de personagens autistas nas telas também pode contribuir para uma maior inclusão, proporcionando modelos positivos e inspiradores para pessoas com autismo.

6 Considerações finais

Esse artigo evidencia que houve avanços significativos na busca pela inclusão de pessoas com deficiência e grupos minoritários na comunicação audiovisual. A adoção de legendagem, audiodescrição, libras e outras práticas inclusivas em produções audiovisuais demonstra um compromisso em garantir que o conteúdo seja acessível a todos os públicos.

A pesquisa ressalta, ainda, o impacto positivo da inclusão e acessibilidade na comunicação audiovisual. A disponibilidade de conteúdo acessível não apenas atende às necessidades de públicos diversos, mas também enriquece a cultura e a sociedade, promovendo uma maior compreensão e empatia entre os espectadores.

No entanto, identificamos desafios persistentes na implementação efetiva dessas práticas e na representação autêntica da diversidade. Também observamos que a atualização constante das tecnologias e padrões de acessibilidade representa um desafio contínuo para produtores e distribuidores de conteúdo, exigindo investimentos e adaptações frequentes.

A inclusão e acessibilidade na comunicação audiovisual são fundamentais para promover uma sociedade mais igualitária e culturalmente rica. Ao enfrentar os desafios persistentes e promover boas práticas, pode-se continuar a avançar na direção de uma comunicação audiovisual verdadeiramente inclusiva e acessível, beneficiando não apenas os indivíduos com deficiência, mas toda a sociedade. É um compromisso contínuo com a diversidade e a igualdade que moldará positivamente o futuro da comunicação audiovisual.

No tocante a pessoas autistas no ambiente cinematográfico, é crucial que ocorra sua inclusão para promover uma sociedade mais igualitária e acessível. Contudo, apesar dos avanços na conscientização sobre a importância da inclusão, ainda há muitos obstáculos a serem superados.

Embora algumas salas de cinema ofereçam sessões especiais para pessoas com necessidades sensoriais especiais, como autistas, a oferta ainda é limitada e muitas vezes desconhecida pelo público em geral.

Uma proposta de aprimoramento seria a expansão dessas sessões inclusivas em mais cinemas e a divulgação eficaz dessas iniciativas para a comunidade autista e suas famílias. Isso poderia ser feito por meio de parcerias com organizações

dedicadas ao autismo, campanhas de conscientização e uso de mídias sociais para alcançar um público mais amplo.

Além disso, é essencial que essas sessões sejam acompanhadas por profissionais treinados em lidar com as necessidades específicas das pessoas autistas, garantindo uma experiência confortável e acolhedora para todos.

Outra medida importante seria a adaptação das próprias produções cinematográficas para torná-las mais acessíveis a pessoas autistas, incorporando a redução de estímulos sensoriais intensos, como sons altos e luzes brilhantes, além da inclusão de mais personagens autistas e histórias que reflitam suas experiências de vida de maneira autêntica e positiva.

A representatividade do TEA nas séries e filmes podem contribuir para a formação de uma consciência social acerca do TEA e de um processo identitário mais autêntico e representativo.

Assim, a inclusão de pessoas autistas no cinema não apenas promove a igualdade de acesso cultural, mas também enriquece a experiência cinematográfica para todos. Ao adotar medidas concretas para tornar os cinemas mais acolhedores e inclusivos, podemos criar um ambiente onde todos, independentemente de suas habilidades ou necessidades, possam desfrutar da magia do cinema em sua plenitude.

Por fim, a pesquisa ressalta a necessidade contínua de melhorias e inovações na área da inclusão e acessibilidade na comunicação audiovisual. Destarte, à medida que a tecnologia avança e a sociedade evolui, é crucial que o setor audiovisual continue a se adaptar e a se esforçar para atender às necessidades e expectativas de um público cada vez mais diversificado.

15 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Decreto nº 5.296/04. **Atendimento prioritário às pessoas com necessidades especiais** e estabelece normas para a promoção da acessibilidade. Diário Oficial da União. Brasília, DF, dezembro de 2004.

BRASIL. Lei 13.146/15. **Lei brasileira de inclusão da pessoa com deficiência**. Brasília, DF, julho de 2015.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Guia para produções audiovisuais acessíveis**. Brasília, DF, agosto de 2016. Disponível em: <<https://inclusao.enap.gov.br/wp-content/uploads/2018/05/Guia-para-Producoes-Audiovisuais-Acessiveis-com-audiodescricao-das-imagens-1.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **TEA: saiba o que é o Transtorno do Espectro Autista e como o SUS tem dado assistência a pacientes e familiares**. Brasília, DF, abril de 2022. Disponível em: <<https://linhasdecuidado.saude.gov.br/portal/transtorno-do-espectro-autista/definicao-tea/>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

LIMA, Francisco José. Áudio-descrição: orientações para uma prática sem barreiras atitudinais. **Revista Brasileira de Tradução Visual**, Pernambuco, Brasil, v. 2, n. 2, p. 4 2010. Disponível em: <https://www.associadosdainclusao.com.br/enades2016/sites/all/themes/berry/documentos/04-audio-descricao-pratica-sem-barreiras-atitudinais.pdf>

LOPEZ, Napier. **Sennheiser's short film shows the power of binaural audio**. Disponível em: <https://thenextweb.com/plugged/2018/09/17/sennheisers-short-film-shows-the-power-of-binaural-audio/>. Acesso em: nov. 2023.
OLIVEIRA, Dennilson de. (Org.). **História e audiovisual no Brasil do século XXI**. Curitiba: Juruá, 2011. 130 p
<https://revistafenix.emnuvens.com.br/revistafenix/article/download/376/357/>

SANTOS, S. N. dos; NORO, A. O uso de filmes como recurso pedagógico no ensino de neurofarmacologia. **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, São Paulo, Brasil, v. 17, p. 705- 714, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1801/180128561017.pdf>

SILVA, Clarisa de Paula. **Dar voz a quem não é ouvido: barreiras enfrentadas pelo surdo no acesso à informação televisiva**. 9o Ciclo de Debates sobre Jornalismo. UniBrasil – 28 de outubro a 01 de novembro/2020. Disponível em: <https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/cadernoscomunicacao/article/view/2018>

SOUSA, Ernesto. Cinema e pintura. **Revista Imagem**, Cidade, v, n. 8, 2013 Disponível em: <http://www.ernestodesousa.com/?p=142>. Acesso em: abr. 2013.

VIGATA, Helena S; BARBOSA, Lúcia M. A. **Quem arrancou essa planta do meu jardim?** Argumentos a favor do uso de legendas interlinguais no ensino de língua estrangeira. **Horizontes de Linguística Aplicada**, Brasília, v. 8, n. 2, 2009, p. 220-237. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/horizontesla/article/view/2943/2547>>. Acesso em: 27 nov. 2023.



DECLARAÇÃO

Eu, José Sílvia Charpeleti, proprietário da empresa antigos.casar, Rua Mario Benez, número 1177 na cidade de Fernandópolis - São Paulo, CPF: 214.473.608-18 declaro para os devidos fins que os alunos da agência STAFF, regularmente matriculados na instituição - Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV, estão autorizados a fazerem o TCC - trabalho de conclusão de curso, utilizando todos os documentos da área de marketing e comunicação para elaboração de uma Campanha Publicitária. Por ser essa a expressão da verdade, firmo, abaixo, a presente.

Votuporanga, 20 de agosto de 2024

Documento assinado digitalmente
gov.br JOSÉ SÍLVIA CHARPELETI
Data: 20/08/2024 14:05:17 B108
verifique em <https://validar.rh.gov.br>

Nome do proprietário

José Sílvia Charpeleti

Rua Mario Benez, número 1177.

Fernandópolis - São Paulo

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Aos vinte e seis dias do mês de novembro de dois mil e vinte e quatro, às vinte horas, realizou-se no local: CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOTUPORANGA - QUADRA POLIESPORTIVA, do Centro Universitário de Votuporanga - Unifev, nas formas e termos regulamentais desta Instituição, a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado Conectando Histórias: "A reestruturação da Rota Romântica" de autoria de GUSTAVO GODOY DOS SANTOS E JÚLIA GARCIA DE OLIVEIRA CAMPANHA. A sessão de defesa do trabalho deu-se sob o julgo da Banca Examinadora composta pelos docentes: MANOELA DOS SANTOS SANCHEZ, Prof.ª Ma. SILVIA BRANDÃO CUENCA STIPP E Prof. Me. VINICIUS SANCHEZ DOS SANTOS, e presidida por Prof. Me. VINICIUS SANCHEZ DOS SANTOS. Iniciado os trabalhos, a presidência deu conhecimento aos membros da banca e aos candidatos sobre as normas que regem a defesa do TCC e definiu-se a ordem a ser seguida pelos examinadores para a arguição. A seguir, os candidatos passaram à defesa do trabalho. Encerrada a defesa, procedeu-se ao julgamento reservado, tendo sido o trabalho **APROVADO**. O parecer da banca examinadora, anunciado publicamente, ficou registrado conforme segue: A pesquisa obedeceu aos parâmetros estabelecidos no Regulamento de Trabalho de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda. Nada mais tendo a tratar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos membros da banca e autores do trabalho.

Votuporanga, 26 de novembro de 2024.

Assinaturas (5 pessoas)

Usuário	Função	Instituição	Lido em	Assinado em	IP
GUSTAVO GODOY DOS SANTOS	Aluno	UNIFEV	02/12/2024 14:16:15	02/12/2024 14:17:00	186.225.148.240
JÚLIA GARCIA DE OLIVEIRA CAMPANHA	Aluno	UNIFEV	02/12/2024 14:05:34	02/12/2024 14:06:04	177.84.61.65
Sílvia Brandão Cuenca Stipp	Banca	UNIFEV	02/12/2024 15:04:16	02/12/2024 15:04:28	177.189.89.135
Manoela dos Santos Sanchez	Banca	UNIFEV	02/12/2024 13:47:46	02/12/2024 13:48:04	201.63.228.226
Vinicius Sanchez dos Santos	Presidente	UNIFEV	02/12/2024 16:40:51	02/12/2024 16:41:08	167.249.56.197

*Banca realizada presencialmente e assinaturas coletadas via aceite eletrônico.



TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Eu, Felipe Garcia de Oliveira Campos RA 105392 aluno(a) do curso de Publicidade Propaganda da Unifev - Centro Universitário de Votuporanga, declaro, para todos os fins que se fizerem necessários, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico e referencial conferido ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), isentando a Instituição, o coordenador, o responsável pela disciplina, o orientador e a banca examinadora de todo e qualquer reflexo acerca da pesquisa apresentada.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado.

Votuporanga-SP., 03 de dezembro de 2024.

Felipe Garcia de Oliveira Campos
Nome completo do(a) aluno(a)

TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Eu, Guilherme Soley Don Sombra, RA 165556, aluno(a) do curso de Publicidade e Propaganda da Unifev - Centro Universitário de Votuporanga, declaro, para todos os fins que se fizerem necessários, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico e referencial conferido ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), isentando a Instituição, o coordenador, o responsável pela disciplina, o orientador e a banca examinadora de todo e qualquer reflexo acerca da pesquisa apresentada.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado.

Votuporanga-SP, 03 de 12 de 2019.

Guilherme Soley Don Sombra
Nome completo do(a) aluno(a)

TERMO DE CONSENTIMENTO PARA TRATAMENTO DE DADOS

Este documento visa a registrar a manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o Titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para finalidade específica, em conformidade com a Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Ao manifestar sua aceitação com o presente termo, o TITULAR consente e concorda que a Unifev – Centro Universitário de Votuporanga, doravante denominada CONTROLADORA, tome decisões referentes ao tratamento dos dados pessoais do TITULAR ou dados necessários ao usufruto de serviços ofertados por esta instituição de ensino, bem como realize o tratamento de tais dados, envolvendo operações como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração.

Dados Pessoais: A Controladora fica autorizada a realizar e a tomar decisões referentes ao tratamento dos seguintes dados pessoais do TITULAR: Nome completo; Nome empresarial; Data de nascimento; Número e imagem da Carteira de Identidade (RG); Número e imagem do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF); Número e imagem da Carteira Nacional de Habilitação (CNH); Número do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ); Estado civil; Nível de instrução ou escolaridade; Endereço completo; Números de telefone, WhatsApp e endereços de e-mail; Banco, agência e número de contas bancárias; Comunicação, verbal e escrita, mantida entre o Titular e o Controlador; Certidão de Nascimento e/ou de Casamento; Dados referentes ao local de trabalho; Comprovantes de renda; Comprovante de endereço completo; Dados de saúde.

Finalidades do Tratamento dos Dados: O tratamento dos dados pessoais listados neste termo tem as seguintes finalidades: - Possibilitar que a Controladora identifique e entre em contato com os Titulares para fins de esclarecimentos relativos aos editais. - Possibilitar que a Controladora utilize tais dados na elaboração de relatórios; - Possibilitar que a Controladora utilize tais dados em documentos financeiros; - Possibilitar que a Controladora utilize tais dados para a execução de editais e auditorias; - Possibilitar que a Controladora utilize o nome completo dos Titulares nas publicações de resultados de editais, chamadas de lista de espera de editais, relações de alunos aptos a recebimento do auxílio, dentre outras publicações relacionadas à transparência da execução dos editais.

Compartilhamento de Dados: A Controladora fica autorizada a compartilhar os dados pessoais dos Titulares com outros agentes de tratamento de dados, caso seja necessário para as finalidades listadas neste termo, observados os princípios e as garantias estabelecidas pela Lei nº 13.709/2018.

Segurança dos Dados: A Controladora responsabiliza-se pela manutenção de medidas de segurança, técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

Em conformidade ao art. 48 da Lei nº 13.709/2018, a Controladora comunicará aos Titulares e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) a ocorrência de incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante ao Titular.

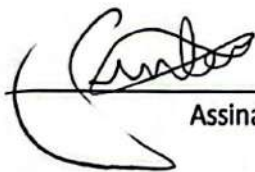
Término do Tratamento dos Dados: A Controladora poderá manter e tratar os dados pessoais do Titular durante todo o período em que forem pertinentes ao alcance das finalidades listadas neste termo. Dados pessoais anonimizados, sem possibilidade de associação ao indivíduo, poderão ser mantidos por período indefinido.

O Titular poderá solicitar via e-mail ou correspondência à Controladora, a qualquer momento, que sejam eliminados os dados pessoais não anonimizados do Titular. O Titular fica ciente de que poderá ser inviável à Controladora continuar o fornecimento de serviços e programas ao Titular a partir da eliminação dos dados pessoais.

Direitos do Titular: O Titular tem direito a obter da Controladora, em relação aos dados por ela tratados, a qualquer momento e mediante requisição: I - confirmação da existência de tratamento; II - acesso aos dados; III - correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados; IV - anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto na Lei nº 13.709/2018; V - eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular, exceto nas hipóteses previstas no art. 16 da Lei nº 13.709/2018; VI - informação das entidades públicas e privadas com as quais a controladora realizou uso compartilhado de dados; VII - informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa; VIII - revogação do consentimento, nos termos do § 5º do art. 8º da Lei nº 13.709/2018.

Direito de Revogação do Consentimento: Este consentimento poderá ser revogado pelo Titular, a qualquer momento, mediante solicitação via e-mail ou correspondência à Controladora.

Votuporanga, 03 de 11 de 2024.



Assinatura do aluno

CPF: 481.640.128-91
RG: 58436946

TERMO DE CONSENTIMENTO PARA TRATAMENTO DE DADOS

Este documento visa a registrar a manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o Titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para finalidade específica, em conformidade com a Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Ao manifestar sua aceitação com o presente termo, o TITULAR consente e concorda que a Unifev – Centro Universitário de Votuporanga, doravante denominada CONTROLADORA, tome decisões referentes ao tratamento dos dados pessoais do TITULAR ou dados necessários ao usufruto de serviços ofertados por esta instituição de ensino, bem como realize o tratamento de tais dados, envolvendo operações como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração.

Dados Pessoais: A Controladora fica autorizada a realizar e a tomar decisões referentes ao tratamento dos seguintes dados pessoais do TITULAR: Nome completo; Nome empresarial; Data de nascimento; Número e imagem da Carteira de Identidade (RG); Número e imagem do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF); Número e imagem da Carteira Nacional de Habilitação (CNH); Número do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ); Estado civil; Nível de instrução ou escolaridade; Endereço completo; Números de telefone, WhatsApp e endereços de e-mail; Banco, agência e número de contas bancárias; Comunicação, verbal e escrita, mantida entre o Titular e o Controlador; Certidão de Nascimento e/ou de Casamento; Dados referentes ao local de trabalho; Comprovantes de renda; Comprovante de endereço completo; Dados de saúde.

Finalidades do Tratamento dos Dados: O tratamento dos dados pessoais listados neste termo tem as seguintes finalidades: - Possibilitar que a Controladora identifique e entre em contato com os Titulares para fins de esclarecimentos relativos aos editais. - Possibilitar que a Controladora utilize tais dados na elaboração de relatórios; - Possibilitar que a Controladora utilize tais dados em documentos financeiros; - Possibilitar que a Controladora utilize tais dados para a execução de editais e auditorias; - Possibilitar que a Controladora utilize o nome completo dos Titulares nas publicações de resultados de editais, chamadas de lista de espera de editais, relações de alunos aptos a recebimento do auxílio, dentre outras publicações relacionadas à transparência da execução dos editais.

Compartilhamento de Dados: A Controladora fica autorizada a compartilhar os dados pessoais dos Titulares com outros agentes de tratamento de dados, caso seja necessário para as finalidades listadas neste termo, observados os princípios e as garantias estabelecidas pela Lei nº 13.709/2018.

Segurança dos Dados: A Controladora responsabiliza-se pela manutenção de medidas de segurança, técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito.

Em conformidade ao art. 48 da Lei nº 13.709/2018, a Controladora comunicará aos Titulares e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) a ocorrência de incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante ao Titular.

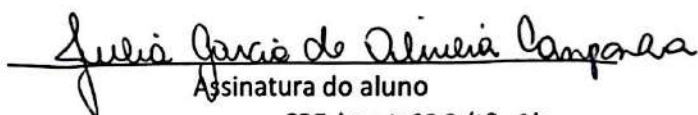
Término do Tratamento dos Dados: A Controladora poderá manter e tratar os dados pessoais do Titular durante todo o período em que forem pertinentes ao alcance das finalidades listadas neste termo. Dados pessoais anonimizados, sem possibilidade de associação ao indivíduo, poderão ser mantidos por período indefinido.

O Titular poderá solicitar via e-mail ou correspondência à Controladora, a qualquer momento, que sejam eliminados os dados pessoais não anonimizados do Titular. O Titular fica ciente de que poderá ser inviável à Controladora continuar o fornecimento de serviços e programas ao Titular a partir da eliminação dos dados pessoais.

Direitos do Titular: O Titular tem direito a obter da Controladora, em relação aos dados por ela tratados, a qualquer momento e mediante requisição: I - confirmação da existência de tratamento; II - acesso aos dados; III - correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados; IV - anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto na Lei nº 13.709/2018; V - eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular, exceto nas hipóteses previstas no art. 16 da Lei nº 13.709/2018; VI - informação das entidades públicas e privadas com as quais a controladora realizou uso compartilhado de dados; VII - informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa; VIII - revogação do consentimento, nos termos do § 5º do art. 8º da Lei nº 13.709/2018.

Direito de Revogação do Consentimento: Este consentimento poderá ser revogado pelo Titular, a qualquer momento, mediante solicitação via e-mail ou correspondência à Controladora.

Votuporanga, 03 de dezembro de 2024.



Assinatura do aluno

CPF: 444.489.748-54

RG: 35.843.288-3

TERMO DE ACEITE DO ORIENTAÇÃO DO TCC

À Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda

Eu, Prof. Me. VINÍCIUS SANCHEZ DOS SANTOS, por meio desta, comunico à Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda, que me comprometo a orientar os alunos JÚLIA GARCIA DE OLIVEIRA CAMPANHA e GUSTAVO GODOY DOS SANTOS na execução do Projeto/Artigo intitulado, de forma provisória, CONECTANDO HISTÓRIAS: A REESTRUTURAÇÃO DA ROTA ROMÂNTICA.

Assumo ainda o compromisso de informar, por escrito, à Coordenação se a orientação for interrompida por iniciativa de qualquer uma das partes [orientador ou orientado/a(s)].

Votuporanga-SP., 3 de ~~DEZEMBRO~~ de 2024.


Assinatura do Orientador

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, VINICIUS SANCHEZ DOS SANTOS, nacionalidade BRASILEIRO, estado civil CASADO, portador da Cédula de identidade RG nº 23.872.868-7, inscrito no CPF/MF sob nº 214.613.288-45, residente à Rua BAHIA, nº.4777, município de VOTUPORANGA, Estado de SP, **AUTORIZO** a Unifev – Centro Universitário de Votuporanga, a disponibilizar publicamente o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de minha autoria pela Internet, bem como de preservar a obra integralmente em seu Repositório Institucional.

Por esta ser a expressão da minha vontade, **DECLARO** o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro e assino a presente autorização.

VOTUPORANGA, dia 03 de DEZEMBRO de 2024.



VINICIUS SANCHEZ DOS SANTOS
(17)9 8803-1372