

---

#ecria2025

# Anais E-cria 2025

e-cria

---

#### APOIO FINANCEIRO E INSTITUCIONAL



SECRETARIA DA INOVAÇÃO  
E INTELLIGÊNCIA ARTIFICIAL  
SECRETARIA DA CIÊNCIA,  
TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

#### APOIO INSTITUCIONAL



### **Catalogação na Publicação CIP**

A55      Anais E-Cria 2025 / organização Lucas Balconi, Eddie Mansan e Leandro Henrique Magalhães. – Londrina: Ed. UniFil, 2026.  
pdf

ISBN 978-65-87703-59-6

1. Economia. 2. Economia criativa. I. Balconi, Lucas, org.  
II. Mansan, Eddie, org. III. Magalhães, Leandro Henrique, org.  
IV. Título.

CDD 330

Bibliotecária responsável Graziela Cervelin CRB9/1834

REALIZAÇÃO



PATROCÍNIO



MEDIA PARTNERS



# Sumário

<b>Introdução .....</b>	<b>4</b>
<b>Palestras .....</b>	<b>5</b>
A Evolução da Produção Virtual: Análise Técnica e Perspectivas de Inovação no Set Audiovisual .....	6
A Inteligência Artificial e a Transformação do Audiovisual: Paradigmas, Metodologias Híbridas e a Essencialidade da Inteligência Humana .....	12
Governança e Estratégia na Economia Criativa: A Liderança do LAVI e o Nexus Tecnológico-Cultural.....	18
Estratégias de Branding e Identidade Visual para Eventos de Economia Criativa: O Processo Criativo e a Materialização da Marca .....	23
Governança e Estratégia na Economia Criativa: A Liderança do LAVI e o Nexus Tecnológico-Cultural.....	27
Governança, Metodologia e Impacto Social: O Documentário na Vanguarda da Inovação Audiovisual .....	28
<b>Apresentações .....</b>	<b>31</b>
Estratégias de Branding e Identidade Visual para Eventos de Economia Criativa: O Processo Criativo e a Materialização da Marca.....	32
O Papel do Acadêmico de Direito na Construção de Um Turismo Inovador e Sustentável.....	38
Integração da Economia Criativa e Cidades Inteligentes como estratégia de desenvolvimento: O Caso de Londrina/PR.....	42
Hackathons como Estratégia de Inovação Aberta na Educação Superior: A Experiência da UniFil Incubadora de Startups .....	47

Economia Criativa e Desenvolvimento Regional: O impacto da Lei Paulo Gustavo e do Projeto Cidades Vibrantes .....	51
Trilhas de Aprendizagem: Políticas Públicas e Economia Criativa em Londrina.....	56
O Processo de Transcodificação na Classificação Arquivística.....	60
Gastronomia e Patrimônio Cultural Londrinense .....	71
Transformando ideias em Startups: O impacto da UniFil Incubadora de no Ecossistema de Inovação .....	79
Hubs de Inovação no Turismo: O Papel Estratégico do Estudante de Design gráfico .....	83

# Introdução

O segmento criativo, e em especial o audiovisual, é um dos pilares mais dinâmicos e inovadores da economia contemporânea. Segundo dados recentes divulgados pela Oxford Economics, instituição de pesquisa vinculada à Universidade de Oxford, o audiovisual brasileiro movimentou mais de R\$70,2 bilhões em 2024, o equivalente a 6% do PIB nacional naquele ano. A pesquisa revela, ainda, que em termos de geração de empregos e postos de trabalho, a indústria do audiovisual brasileiro superou o setor industrial automotivo e se equiparou ao setor da indústria farmacêutica. Ou seja, o setor audiovisual movimenta paixões, gera empregos, conta nossas histórias e impulsiona tecnologias. No entanto, para que seu potencial seja plenamente realizado e compreendido, é fundamental ir além da prática intuitiva e adotar uma abordagem estratégica e fundamentada. É nesse contexto que a ciência se encontra com a criatividade.

Este evento científico nasce da necessidade urgente de construir pontes sólidas entre a academia e o mercado. Nosso objetivo é criar um espaço privilegiado de diálogo, onde pesquisadores, produtores, diretores, empreendedores e gestores possam compartilhar conhecimentos, desafios e soluções. Ainda são escassas as publicações e os dados sistematizados que capturam a complexidade e as particularidades da indústria criativa no Brasil. Precisamos preencher essa lacuna, transformando cases de sucesso, metodologias de trabalho e modelos de negócio em estudos de caso robustos e pesquisas aplicáveis.

A teoria não deve estar distante da prática, mas sim iluminá-la. As discussões aqui propostas visam gerar insights que resultem tanto em publicações acadêmicas de impacto quanto em ferramentas e estratégias tangíveis para o dia a dia profissional. Esses espaços são favoráveis para debatermos desde as novas fronteiras abertas pela inteligência artificial e pelas narrativas imersivas até os desafios de financiamento, gestão de carreiras e a construção de audiências em um mundo digital. Para que a criatividade encontre na ciência a sua base, e para que a ciência encontre na criatividade o seu campo de inovação mais vibrante.

## **Eddie Mansan**

Bacharel em Artes Cênicas pela Universidade Estadual de Londrina (2011); Master I em Artes Plásticas pela Université Rennes 2, França (2013); Especialista em Gestão Cultural pelo Centro Universitário Senac (2017); e Acadêmico do 6º período do curso de Bacharel em Direito pela Universidade Estadual de Londrina (2025). Atual Presidente do LAVi – Governança

# Palestras

# A Evolução da Produção Virtual: Análise Técnica e Perspectivas de Inovação no Set Audiovisual

Daniel Bernardon

Sócio Fundador da Armada (Rental, Academy, Filme Tech)

Curitiba, Paraná, Brasil

# A Evolução da Produção Virtual: Análise Técnica e Perspectivas de Inovação no Set Audiovisual

Daniel Bernardon

Sócio Fundador da Armada (Rental, Academy, Filme Tech)

Curitiba, Paraná, Brasil

## Resumo

Este artigo técnico-analítico examina a trajetória evolutiva da Produção Virtual (PV) no setor audiovisual. Partindo das técnicas precursoras de projeção, o trabalho detalha as limitações críticas do *Chroma Key* (como o *spill* e o déficit de interação do ator) para, então, focar na transição de paradigma impulsionada pelos *LED Walls* de alta fidelidade e pela tecnologia de *Real-Time Rendering* viabilizada por motores gráficos como a *Unreal Engine*. A análise se aprofunda nos requisitos técnicos contemporâneos, destacando a imperatividade do *Genlock* e da sincronização de *shutter* na câmera, o uso de *metadados* de lentes para *camera tracking* preciso e a inovação da sincronização luminosa (*Frame Sync*). Conclui-se que a PV não apenas resolve gargalos de pós-produção e logística, mas também potencializa o realismo da performance artística, reforçando que o domínio da narrativa fundamental deve guiar o emprego destas ferramentas avançadas.

**Palavras-chave:** Produção Virtual; LED Wall; Unreal Engine; Real-Time Rendering; Chroma Key; Genlock; Frame Sync; Metadados.

## 1. Introdução

A contínua transformação tecnológica impulsiona o setor audiovisual a buscar métodos que maximizem a eficiência produtiva, a liberdade criativa e a qualidade visual. O presente trabalho tem por objetivo analisar a evolução da Produção Virtual (PV), examinando criticamente seus métodos históricos e detalhando os requisitos técnicos e as vantagens do paradigma contemporâneo.

A atuação diversificada do autor no mercado paranaense, ancorada na **Armada** — estruturada em locação (*Armada Rental*), capacitação (*Armada Academy*) e eventos (*Filme Tech*) —, demonstra um compromisso institucional com a vanguarda tecnológica. A participação ativa em feiras internacionais (NAB, Cine Gear, IBC) confirma que a **Produção Virtual** é o foco convergente das inovações setoriais, demandando uma análise aprofundada de sua aplicação.

O aumento da demanda por conteúdo cinematográfico com alto valor de produção, porém com prazos e orçamentos restritos, fez da PV uma solução estratégica. Este artigo está estruturado para primeiramente contextualizar as técnicas históricas de simulação de cenário (Seção 2), em seguida detalhar o salto tecnológico proporcionado pelos *LED Walls* e *Real-Time Rendering* (Seção 3), e, por fim, estabelecer os pré-requisitos técnicos para a implementação eficaz de um fluxo de trabalho de PV (Seção 4).

## 2. Contexto Histórico e Evolução da Produção Virtual

É fundamental reconhecer que a base conceitual e tecnológica da PV remonta a períodos anteriores à sua ascensão recente, configurando-se como uma evolução técnica histórica baseada na necessidade de simulação de ambientes.

## 2.1. Técnicas de Projeção (*Back Projection* e *Front Projection*)

As abordagens iniciais da PV se basearam no ***Back Projection***, técnica em que a imagem era projetada em uma tela atrás dos atores. Embora aplicada em obras clássicas como *King Kong* (1933) e amplamente utilizada para simulações veiculares, o método sofria com perdas significativas de contraste e luminosidade. O subsequente ***Front Projection*** mitigou parcialmente essa deficiência.

Contudo, as restrições técnicas impostas por ambas as técnicas eram limitantes. A obrigatoriedade da **câmera estática** decorria da impossibilidade de sincronizar a perspectiva da projeção com o movimento da câmera no *set*. Qualquer alteração no eixo óptico resultava em uma quebra imediata do efeito de paralaxe, expondo a artificialidade do cenário. Além disso, a baixa resolução dos projetores gerava artefatos visuais e a inadequação do contraste limitava a imersão.

## 2.2. O Paradigma do *Chroma Key* e Suas Limitações

O advento do ***Chroma Key*** (tela verde/azul) revolucionou a pós-produção, eliminando as restrições espaciais e de movimento de câmera. Contudo, introduziu desafios críticos que se traduziam em custos e tempo na fase de pós-produção:

1. ***Spill***: O reflexo da cor de fundo sobre o objeto ou ator exigia uma dispendiosa e laboriosa ***rotoscopia*** (*frame a frame*) para a limpeza e correção em superfícies especulares (vidros, metais). O volume de trabalho de rotoscopia frequentemente se tornava um gargalo orçamentário e logístico.
2. **Déficit de Ambiência e Referência**: A ausência de um ambiente físico tangível comprometia a **referência visual** e a **capacidade de interação** do ator. Sem estímulos visuais ou luminosos reais do cenário, os atores dependiam de orientações mínimas (como bolinhas de tênis em varetas) para guiar o olhar, impactando negativamente a espontaneidade e a veracidade da performance.
3. **Iluminação Cega**: O *design* de iluminação era executado com base em referências estáticas do cenário virtual. O diretor de fotografia precisava “adivinar” o comportamento da luz e das sombras, dificultando a correspondência fidedigna entre a luz do *set* e o ambiente digital.

Um passo intermediário significativo foi a **simulação simultânea** (utilizada em *Avatar*), que empregava sensores para mapear as expressões e movimentos dos atores, transferindo-os para personagens virtuais. Embora útil para captura de *performance*, esta técnica ainda não providenciava um ambiente físico-luminoso para a interação direta do ator.

## 3. A Transição de Paradigma: *LED Walls* e *Real-Time Rendering*

A evolução recente da Produção Virtual foi marcada pela adoção dos ***LED Walls***, telas de alta densidade de pixels, alto brilho e fidelidade cromática aprimorada, em conjunto com motores gráficos de última geração.

### 3.1. A Potencialização pela *Unreal Engine*

O avanço tecnológico foi massivamente potencializado pela **Unreal Engine (UE)**. Sendo um motor gráfico com arquitetura de *game engine*, sua principal característica é o **Real-Time Rendering** (renderização em tempo real). Isso elimina o tempo de processamento (“baked lighting” ou “offline rendering”) tradicionalmente associado a *softwares* de animação, permitindo a **iteração imediata** no *set*.

O controle se torna instantâneo sobre a incidência luminosa e o ambiente visual. Por exemplo, a capacidade de alternar instantaneamente as condições de luz de um cenário (de meio-dia para o crepúsculo) confere flexibilidade temporal inédita, resolvendo a limitação das “janelas de luz” em locações. Adicionalmente, a UE, sendo **integralmente gratuita** e apoiada por uma vasta biblioteca de *assets* da comunidade, contribui significativamente para a democratização dos recursos de produção, movendo a criação de cenários 3D (os “estúdios virtuais”) do departamento de Pós-Produção para a Pré-Produção e Direção de Arte.

### 3.2. Aprimoramentos nos *LED Walls*

Os *LED Walls* superaram as limitações das projeções, apresentando melhorias cruciais em especificações técnicas:

- **Geometria e Dimensão:** Incorporação de *LEDs* curvos e resistentes para fazer o piso e o teto. Essa capacidade de construir *sets* com cobertura quase 360 graus permite que a câmera seja apontada para qualquer direção sem que a limitação do *set* seja exposta, potencializando a liberdade de *staging*.
- **Qualidade de Imagem e Cobertura Cromática:** A alta densidade de pixels (baixo *pixel pitch*) elimina artefatos visuais como o *moiré*. O aumento do brilho e do contraste, juntamente com a **cobertura para o espaço de cor REC 2020**, viabiliza a captação nativa em HDR.
- **Fidelidade Cromática e Fonte de Luz Ativa:** A reprodução de cor é tão fiel que o *LED Wall* pode ser usado ativamente como uma fonte de luz. Ao renderizar um branco puro ou uma cor específica na tela, o painel emite luz direcional e ambiente que ilumina o ator de maneira natural e coerente com o cenário, aumentando a integração e o realismo.

## 4. Requisitos Técnicos e Sincronização de Alta Fidelidade

A execução eficaz da Produção Virtual exige a integração e sincronização precisa entre a tríade: câmera, *LED Wall* e sistemas de iluminação, um processo denominado **Coerência Técnica**.

### 4.1. Sincronização de Câmera (*Genlock* e *Shutter*)

A presença do recurso ***Genlock*** na câmera é mandatório. Este sistema transmite um pulso elétrico para sincronizar o intervalo de supressão vertical (*vertical blanking interval*) da câmera com a taxa de atualização (*refresh rate*) do *LED Wall*. Essa sincronização é essencial para mitigar o efeito de *banding* ou batimento, assegurando que os *frames* da câmera não capturem a tela durante seu ciclo de atualização.

Embora o *Global Shutter* seja ideal, neutralizando distorções rápidas, modelos recentes como a Canon C400 incorporam sistemas de *shutter* que se auto-calibram com a frequência do painel (*Frequency System Shutter*), simplificando o processo de sincronização para câmeras *rolling shutter* de alta velocidade de leitura (*high readout speed*).

## 4.2. Fluxo de Dados da Lente e *Camera Tracking*

É imprescindível o uso de lentes cinematográficas capazes de transmitir **metadados** em tempo real (foco, abertura, distorção, respiração da lente). Esses dados são cruciais para o funcionamento do sistema de *tracking* e para a manutenção da **paralaxe** — o elemento visual mais crítico para a ilusão de profundidade.

Os sistemas de **tracking** (como Mo-Sys ou Stype) replicam o movimento tridimensional da câmera no *set* real para o ambiente virtual. Com base nos **metadados** de foco, o sistema ajusta dinamicamente a profundidade de campo do cenário virtual, garantindo que o desfoque de fundo (ou foco seletivo) seja coerente com o que está sendo captado, conferindo realismo à cena.

## 4.3. Sincronização Luminosa (*Frame Sync*)

A convergência tecnológica mais avançada reside na sincronização de iluminação. O recurso **Phantom Frame** (disponível em câmeras Red) possibilita a gravação de *frames* em arquivos separados e intercalados. Quando combinado com o **Frame Sync** (presente em fontes luminosas profissionais como as da King Church), que permite que a luz altere sua cor e intensidade em milisegundos, torna-se possível a gravação de **múltiplas condições ambientais** (ex.: dia e noite) no mesmo *shot*. Essa técnica de *dual-exposure* ou *dual-environment* maximiza a eficiência temporal da produção a níveis sem precedentes.

## 5. Conclusão

A Produção Virtual, consolidada pela integração de *LED Walls*, *Real-Time Rendering* e sistemas avançados de sincronização (*Genlock*, *Frame Sync*), representa um salto qualitativo e logístico no audiovisual. Ao eliminar os problemas inerentes à pós-produção (*spill*, rotoscopia) e aumentar a interação e a performance do ator, a PV indica um futuro de maior agilidade e expansão das possibilidades criativas.

Apesar da complexidade e do investimento inicial exigido na **pré-produção** (modelagem 3D e alinhamento de departamentos), o ganho em tempo no *set* e a qualidade final da imagem justificam o investimento. Além disso, a emergência de **Inteligência Artificial** promete otimizar ainda mais a criação de *assets* e a gestão de *sets* virtuais. Contudo, é fundamental que, em meio à contínua mutação tecnológica, o propósito primário destas ferramentas permaneça focado em atuar como facilitadoras da **excelência narrativa e técnica fundamental**, que sempre foi o alicerce do cinema.

# A Inteligência Artificial e a Transformação do Audiovisual: Paradigmas, Metodologias Híbridas e a Essencialidade da Inteligência Humana

# A Inteligência Artificial e a Transformação do Audiovisual: Paradigmas, Metodologias Híbridas e a Essencialidade da Inteligência Humana

## 1. Introdução: A Magnitude da Revolução da Inteligência Artificial

A análise a seguir baseia-se nas reflexões apresentadas por **Marioo (Mario César)**, diretor de videoclipes, publicidade e cinema com atuação em São Paulo, cuja trajetória profissional demonstrou que a essência da produção audiovisual reside na capacidade de construir narrativas envolventes. No entanto, o setor, conforme salientado por Marioo, encontra-se atualmente imerso na mais vertiginosa revolução tecnológica da história humana: a ascensão da Inteligência Artificial Generativa (IAG).

### 1.1. Contexto Histórico e a Aceleração da Disrupção Tecnológica

A velocidade e a abrangência da revolução da IA superam qualquer onda tecnológica anterior. Enquanto a internet levou aproximadamente duas décadas para transformar a sociedade e as redes sociais demandaram cerca de dez anos para alterar os costumes comportamentais, a IAG, exemplificada por modelos como o ChatGPT, alcançou a marca de 100 milhões de usuários em apenas dois meses. Este dado contrasta acentuadamente com o Spotify, que levou 11 anos para atingir o mesmo patamar de adoção. Tal aceleração indica que o fenômeno da IA não se configura como uma mera onda tecnológica, mas sim como um **tsunami disruptivo** que exige uma reavaliação imediata dos modelos de trabalho e da qualificação profissional.

### 1.2. Implicações Socioeconômicas e a Mutabilidade das Habilidades

Os dados estatísticos corroboram a magnitude do impacto: 78% das empresas já utilizam ativamente a IA em alguma capacidade. Projeta-se que até 2030, 39% das habilidades profissionais serão transformadas ou substituídas, culminando na estimativa de que até 300 milhões de postos de trabalho globais poderão ser afetados pela automatização. Esta dicotomia – a potencial extinção de funções versus a criação de novas oportunidades – é a principal questão a ser endereçada pela força de trabalho criativa.

## 2. A Dicotomia da Inovação Tecnológica e a Obsolescência Funcional

O avanço tecnológico invariavelmente impõe uma dualidade: a criação de novas capacidades e, concomitantemente, a obsolescência de práticas estabelecidas.

## 2.1. O Paradoxo da Automatização: Tarefas Repetitivas e o Risco de Extinção

A probabilidade de extinção ou automação de uma função é inversamente proporcional à sua complexidade e variabilidade. Conforme o princípio de Marioo, quanto mais simples, repetitiva e baseada em regras for a tarefa, maior será a velocidade com que será absorvida por algoritmos de IA.

## 2.2. Analogias Históricas da Disrupção e Lições de Mercado

A história da tecnologia oferece análogos claros para a disruptão atual. A transição do **vinil** para o **CD**, posteriormente para o **MP3** e, finalmente, para o **streaming**, demonstra a rápida substituição de formatos. Na indústria de imagens, a **Kodak** representa um estudo de caso emblemático: a empresa, pioneira na invenção da câmera digital, optou por não lançá-la, temendo canibalizar seu mercado de filmes químicos, resultando na perda de uma vantagem competitiva crucial e, eventualmente, na crise de seu modelo de negócio. Profissionais como datilógrafos e telefonistas, outrora essenciais, hoje são figuras históricas. A lição é que a inação e o medo da inovação são fatores de risco mais elevados do que a própria tecnologia.

## 3. A Essencialidade da Inteligência Humana no Processo Criativo (IAu)

O questionamento central para o setor criativo é: qual é o limite da IA?

### 3.1. Atributos Insubstituíveis: Emoção, Estética e Intencionalidade

Apesar da capacidade algorítmica de gerar imagens, textos e áudios de alta fidelidade, a IA carece intrinsecamente de atributos essenciais à criação artística e narrativa:

1. **Criatividade Não-Algorítmica:** A capacidade de fazer saltos conceituais e estabelecer conexões meta-simbólicas.
2. **Experiência Emocional:** A IA não possui consciência, alma ou a vivência humana necessária para entender o “sabor” de um bom café da manhã ou a nuance de um drama existencial.
3. **Intencionalidade e Bom Gosto Estético:** A IA é uma ferramenta que responde a *prompts* (comandos). O bom gosto, o método e a intenção narrativa que transformam uma imagem genérica em uma obra de arte continuam sendo prerrogativas exclusivas da inteligência humana.

Portanto, a conclusão é que nenhum profissional criativo será substituído pela IA, mas sim por um **profissional criativo que domina a IA**. O futuro reside na **Inteligência Aumentada (IAu)**, onde a máquina é utilizada para catalisar e amplificar a expressão da intencionalidade humana.

## 4. Aplicações Estratégicas da IA no Audiovisual: Estudos de Caso e Metodologias Híbridas

A IA demonstrou ser um facilitador robusto em diversas fases da produção, permitindo a otimização de recursos e a viabilização de projetos com orçamentos restritos.

## 4.1. Otimização de Pré-Produção e Conceituação Visual

Na fase de pré-produção, a IA atua como uma assistente criativa de alta velocidade:

- **Geração de Tratamentos Visuais:** Criação de *moodboards* e *pitch decks* com imagens fotorrealistas em minutos, agilizando a venda de conceitos aos clientes.
- **Estruturação Narrativa:** Auxílio na estruturação de roteiros existentes e *brainstorming* temático.
- **Viabilidade de Produção:** Sugestão de *casting* virtual, *storyboards* e *animatics* preliminares, reduzindo o tempo de conceptualização e aprovação.

## 4.2. Produção Híbrida e Eficiência de Custos

Projetos com restrições orçamentárias se beneficiam imensamente da capacidade da IA de gerar **assets** e cenários:

- **Campanhas de Rebranding (Case Oi Fibra):** Geração de múltiplos **assets** (imagens de humanos, ícones 3D) em alta resolução (300 dpi) para mídia impressa e digital, exemplificando a aplicação da IA na produção de grande volume.
- **Filmes Híbridos (Case Art Fire, Prancha):** A fusão de filmagem tradicional (*live-action*) com elementos de IA e banco de imagens configura o paradigma híbrido. No caso do *filme publicitário com baixo recurso*, a IA foi empregada para gerar fundos e inserir *inserts* visuais, alcançando um valor de produção elevado a um custo marginal. Esta metodologia de mescla é vista como o futuro imediato da produção de conteúdo.
- **Cenários e VFX:** Criação de fundos virtuais para *Virtual Production* ou *Chroma Key*, bem como a geração de cenas aéreas (simulação de drones) e *timelapses* a partir de poucas imagens de referência.

## 4.3. Pós-Produção e Refinamento Técnico

Na pós-produção, a IA oferece soluções para desafios técnicos e criativos:

- **Remoção e Manipulação de Objetos:** Utilização de ferramentas como **RunwayML** para eliminar elementos indesejados (*in-painting*) ou modificar cenas com *prompts* (ex: trocar dia por noite, transformar uma duna em montanha de gelo).
- **Áudio e Dublagem:** Geração de locuções em inglês (praticamente perfeitas) e português em aprimoramento (via ElevenLabs), além da criação de trilhas sonoras originais (como no *Case Suno*) que se adaptam dinamicamente ao *mood* do vídeo.
- **Estabilização e Reframing:** A IA se mostra extremamente eficaz na estabilização de vídeos tremidos (ex: filmagem com óculos Meta em circuito de kart), gerando resultados suaves e profissionais.

## 5. Desafios Técnicos e Fronteiras da Geração de Vídeo

Apesar dos avanços, a geração de vídeo por IA ainda enfrenta desafios técnicos significativos, que constituem os gargalos atuais do setor.

### 5.1. A Gestão da Coerência Temporal e a Direção de Emoções

O maior obstáculo é a **coerência temporal**. A dificuldade em manter a **consistência** de um personagem, objeto ou cenário entre *frames* sucessivos exige grande esforço e múltiplos *prompts* de refinamento. Contudo, a tecnologia evolui rapidamente:

- **Direção de Modelos:** Já é possível **dirigir modelos virtuais** com intencionalidade, aplicando emoções específicas (raiva, melancolia, alegria) ou transições sutis de sentimentos.
- **Múltiplos Personagens:** Modelos avançados já permitem a direção de múltiplos personagens com ações separadas dentro da mesma cena.

## 5.2. Física Realista e o Aprimoramento da Simulação

A simulação da **física** (movimento, interação com fluidos, reflexos) está em constante aprimoramento, gerando vídeos cada vez mais realistas, onde elementos como gotas de água reagem de forma crível com a câmera e objetos mantêm a inércia e o atrito adequados (ex: veículos em pista).

## 6. O Fluxo de Trabalho Metodológico da Geração de Imagem Estática (Workflow Detalhado)

Para mitigar o risco de resultados genéricos, a aplicação da IA deve ser ancorada em um fluxo de trabalho metodológico e rigoroso, dividindo o processo em etapas bem definidas:

1. **Discovery e Pesquisa de Referências:** A pesquisa aprofundada de referências visuais e a criação de *moodboards* são cruciais para definir a **intencionalidade**. Evitar o resultado genérico da IA é o objetivo primário desta fase.
2. **Treinamento de Modelos (Fine-tuning):** Treinar modelos específicos com um conjunto limitado de imagens para garantir um estilo ou uma consistência de personagem única, fugindo da estética padrão da plataforma.
3. **Visualização (Prompting):** Fase de geração prática das imagens, utilizando *prompts* detalhados e técnicos para guiar o motor de IA.
4. **Aprovação e Refinamento Pós-Geração:** A imagem bruta da IA é refinada em softwares tradicionais, adicionando texturas, *noise* e elementos que conferem fotorrealismo e evitam o “aspecto sintético”.

## 6.1. Ferramentas e Implementações Táticas

- **Mockups Visuais (Adobe Firefly e RedCraft):** Ferramentas que simplificam o processo de aplicação de logomarcas (PNG) em mockups realistas com rastreamento de perspectiva, poupando o tempo despendido em *Photoshop*.
- **Transições e Composição (Addison/Controlnet):** Utilização de *prompts* complexos ou interfaces de assistentes para criar transições visuais controladas, permitindo que a animação seja feita cena a cena com maior previsibilidade e controle estético.
- **Criação de Slides (Gamma):** Ferramenta que automatiza a criação de apresentações a partir de um texto-base, permitindo ajustes de estilo e conteúdo via *chat*, acelerando o processo de comunicação corporativa.
- **Pacotes de Ilustração:** O treinamento de modelos de IA para gerar pacotes de ilustração com **consistência estética** para uma marca específica é uma aplicação de alto valor agregado para *designers* e *social media*.

## 7. Implicações Econômicas e Éticas da Nova Indústria Criativa

A revolução da IA reestrutura o mercado não apenas em termos de ferramentas, mas também em aspectos econômicos, éticos e de demanda profissional.

## 7.1. O Paradoxo Custo-Velocidade e a Demanda por Profissionais Qualificados

É imperativo desmistificar a percepção de que a IA gera resultados de alta qualidade de forma instantânea e gratuita. **A IA não é tão rápida nem tão barata quanto o cliente imagina.** A geração eficiente de conteúdo de valor ainda exige uma equipe criativa (diretores, *copywriters*, *designers*) para refinar *prompts*, gerenciar a consistência e realizar a pós-produção e o *compositing* final. O custo é mitigado pela redução de aluguel de equipamentos e locações, mas é substituído pelo custo da **Inteligência Humana Qualificada** para operar e dirigir as ferramentas.

A demanda por profissionais que dominem estas novas tecnologias é altíssima e o mercado está em franco crescimento, indicando a criação de **11 milhões de novas oportunidades** em contraposição aos 9 milhões de empregos deslocados por outras tecnologias até 2030.

## 7.2. A Responsabilidade Ética e o Imperativo da Originalidade

A ética na criação não foi alterada pela IA. A facilidade com que a IA pode gerar cópias ou arte-fatos semelhantes a obras existentes torna o **imperativo da originalidade** ainda mais relevante. O profissional deve conscientemente se distanciar das referências diretas para garantir a singularidade da criação e evitar problemas de *copyright* e plágio. A IA, por ser alimentada por dados existentes, aumenta o risco de geração de conteúdo derivado.

## 8. Conclusão e Projeções Futuras

A Inteligência Artificial já não é o futuro, mas sim o **presente consolidado** da indústria audiovisual. Ela representa uma tecnologia pronta, que exige do profissional criativo o domínio técnico para catalisar a intencionalidade, o bom gosto e a capacidade de *storytelling*. O sucesso no novo mercado será determinado pela habilidade de integrar a IA aos fluxos de trabalho tradicionais, utilizando-a para otimizar a pré-produção, baratear a produção de assets complexos e amplificar a qualidade estética, sem nunca negligenciar o fator humano da emoção e da narrativa. A revolução está em curso; a tecnologia está à disposição; o domínio humano é o fator decisivo.

# Governança e Estratégia na Economia Criativa: A Liderança do LAVI e o Nexus Tecnológico-Cultural

# Governança e Estratégia na Economia Criativa: A Liderança do LAVI e o Nexus Tecnológico-Cultural

## 1. Introdução e Contexto Institucional

Esta análise formaliza o conteúdo de uma entrevista conduzida durante o evento É Cria 2025 com o Sr. Eddie Mansan, Presidente do LAVI (Londrina Audiovisual). O LAVI constitui o principal corpo de governança da economia criativa e do setor audiovisual na cidade, atuando como um eixo articulador entre produtores, instituições e o poder público. A entrevista foi realizada no *hub* da economia criativa sediado no Espaço Vila Rica, um local de significativo valor simbólico e histórico para a memória cultural e cinematográfica da região.

A atuação do LAVI, materializada na promoção e realização de eventos como o É Cria, denota um movimento de vanguarda e possui um potencial promissor para catalisar o desenvolvimento setorial, posicionando Londrina como um polo relevante na cadeia produtiva nacional. A escolha do Espaço Vila Rica, um emblemático cinema de rua ressignificado como ambiente de inovação e economia criativa, sublinha a intenção estratégica de vincular a memória cultural local ao fomento de iniciativas coletivas e contemporâneas. Esta localização física consolida a ideia de que a inovação tecnológica e o desenvolvimento econômico do audiovisual devem ser indissociáveis do patrimônio e da identidade cultural da região.

## 2. Trajetória Profissional e Desenvolvimento Setorial

O Sr. Eddie Mansan, ator e produtor cultural de formação, estabeleceu-se profissionalmente em Londrina há mais de dezesseis anos. Sua trajetória acadêmica e profissional denota uma busca contínua por aprimoramento em gestão, tendo complementado sua formação com especialização em Gestão Cultural em uma universidade na França e, atualmente, dedicando-se à academia na área de Direito. Sua atuação no setor criativo iniciou-se em 2013, com um foco mais intenso e profissional no segmento audiovisual a partir de 2018.

### 2.1. A Transição para a Produção Executiva

A transição para o segmento audiovisual foi catalisada pela participação no extinto projeto Dramática (Canopus/SESI), focado na formação em diversas áreas da produção. Inicialmente inscrito como ator, o contato direto com o set experimental o direcionou à **produção executiva e de set**. Esta especialização, que envolve a gestão de recursos, a elaboração de projetos complexos, a logística de captação e a administração burocrática (“a burocracia do setor”), tornou-se o eixo central de sua atuação.

A **produção executiva** exige uma compreensão aprofundada dos mecanismos de fomento (leis de incentivo, editais públicos e fundos setoriais), bem como o domínio dos aspectos contratuais e financeiros inerentes a cada projeto. O produtor executivo é, em essência, o gestor que traduz a visão criativa em um plano de ação viável e financeiramente sustentável. A experiência em direção e assistência de produção consolidou essa competência, culminando na fundação da produtora

Liso Produções, que já possui curtas-metragens finalizados, está em fase de conclusão de seu primeiro longa-metragem documental e desenvolve um roteiro de ficção para um longa-metragem. A atuação da Liso Produções demonstra uma consolidação progressiva no desenvolvimento de projetos autorais e na gestão de ativos intelectuais.

### **3. Inclusão, Ação Afirmativa e Oxigenação da Economia Criativa**

O debate sobre a economia criativa e o audiovisual deve ser intrinsecamente ligado às questões de **inclusão, acessibilidade e representatividade**. A expansão da liberdade poética e criativa é diretamente proporcional à diversidade de perspectivas incorporadas no processo produtivo, garantindo a riqueza e a pluralidade das narrativas.

#### **3.1. O Impacto Estratégico das Políticas de Ação Afirmativa**

As políticas de ação afirmativa são cruciais para corrigir as desigualdades materiais e estruturais que historicamente limitam o acesso de populações vulneráveis a um segmento que é, por natureza, **oneroso** devido aos altos custos de equipamentos, tecnologia e mão de obra especializada. A experiência do Sr. Mansan serve como prova viva da eficácia destas políticas. O sucesso na aprovação de projetos com captação próxima de R\$ 1.300.000,00 em leis de incentivo nos últimos anos foi diretamente atribuído ao suporte e à base proporcionados pelas ações afirmativas, que legitimam e qualificam a participação de grupos historicamente sub-representados.

Argumenta-se que estas políticas não constituem um demérito, mas sim uma **necessidade estratégica** para a oxigenação e a sustentabilidade criativa do setor. A inclusão de novos olhares e a diversificação dos mecanismos de acesso e distribuição elevam a qualidade da entrega e a excelência artística. A representatividade garantida por estas políticas introduz narrativas e estéticas que, de outra forma, não encontrariam espaço, combatendo a homogeneidade estética e a potencial estagnação criativa que advém da falta de diversidade.

#### **3.2. A Correlação entre Inclusão, Inovação e Sustentabilidade Econômica**

Historicamente, o elevado custo operacional e a complexidade técnica da produção cinematográfica restringiram o acesso às estruturas por parte de grupos socialmente marginalizados. O movimento atual do audiovisual e da economia criativa busca ativamente reverter essa desigualdade, pautando a inclusão das diversas formas de ser e existir. Esta diversidade não apenas cumpre uma função social imperativa, mas também potencializa a inovação e a relevância cultural dos bens produzidos.

A abertura a diferentes perspectivas se reflete diretamente na capacidade de gerar produtos culturais de maior impacto simbólico e mercadológico. Ao promover a inclusão, o setor assegura a criação de um mercado mais amplo e resiliente, cujos produtos refletem a complexidade da sociedade. A diversidade torna o setor mais dinâmico, representativo da pluralidade social e menos suscetível a crises de identidade ou relevância, conferindo-lhe maior sustentabilidade econômica e cultural a longo prazo.

## 4. Liderança Institucional e Estratégia de Governança do LAVI

A ascensão à presidência do LAVI, uma governança que congrega produtoras estabelecidas com vasta expertise na cidade, foi encarada com o reconhecimento da magnitude e da complexidade da responsabilidade. Contudo, a experiência institucional prévia do Sr. Mansan se revela um alicerce sólido para o desafio de representação e articulação.

### 4.1. Fundamentação e Experiência na Gestão de Políticas Culturais

A segurança na gestão do LAVI advém de uma experiência acumulada em diferentes esferas institucionais:

1. **Extensão Cultural e Programação:** Atuação por quase cinco anos em uma instituição de grande alcance como o SESC, o que proporcionou um entendimento profundo sobre a curadoria, a programação e a difusão cultural. Esta experiência é crucial para o LAVI ao definir estratégias de mercado e visibilidade.
2. **Política Cultural e Burocracia:** Presidência do Conselho Municipal de Política Cultural, inclusive durante o crítico período pandêmico, o que forjou uma compreensão robusta sobre os mecanismos, regulamentos e instrumentos que garantem a efetividade da produção, acesso e difusão dos bens e serviços culturais na esfera pública.

O mandato no LAVI é conduzido com a intenção de resgatar o conhecimento institucional para provocar reflexões e mudanças construtivas, pautando o debate da **política cultural** (os mecanismos de efetivação) como elemento estrutural, em contraposição a um engajamento político-partidário. O foco reside na discussão e melhoria dos instrumentos de gestão setorial.

### 4.2. O Posicionamento Estratégico na Rede Produtiva

O LAVI exerce um papel crucial de pensar a relação público-privada e, mais strategicamente, de expandir sua rede de contatos produtivos para além do próprio segmento. A integração ao **Instituto Estação 43**, que reúne as governanças de outros setores produtivos da cidade (indústria, comércio, serviços), é vital para a consolidação do audiovisual como um setor econômico robusto.

Neste espaço corporativo, o segmento criativo busca **desmistificar** a percepção sobre o trabalho artístico, apresentando suas demandas e resultados em termos de **negócio rentável e gerador de valor**. A discussão transcende a esfera simbólica, quantificando o valor material e intangível que o capital humano e intelectual criativo adiciona à economia local. A pauta nesses fóruns corporativos ressalta que o trabalho criativo contribui diretamente para a melhoria das condições de vida na cidade e confere um prestígio e respeito institucional. O LAVI demonstra que a solidez financeira e logística, provida pelo reconhecimento corporativo, **complementa** a irreverência essencial das artes.

## 5. O É Cria: Nexus Tecnológico, Intergeracional e de Visibilidade

O evento É Cria sintetiza a visão do LAVI ao conectar a memória cultural (Espaço Vila Rica) com o debate sobre o futuro do setor (Inteligência Artificial, novas tecnologias e inovação), servindo como uma bússola para as tendências de mercado.

## 5.1. A Integração Estratégica entre Artesanía e Tecnología

O evento promove uma discussão fundamental sobre a **integração tecnológica** sem que se perca a “artesanía” inherente ao processo criativo. O setor deve encarar a integração a novas tendências e linguagens, como a **Inteligência Artificial (IA)** e o **Real-Time Rendering**, que surgem em alta velocidade e com potencial disruptivo, de forma construtiva e não substitutiva.

O É Cria se estabelece como um fórum para debater o que há de mais inovador, garantindo que o pensamento, o fazer e o criar mantenham sua liberdade poética, ao mesmo tempo em que otimizam o trabalho de produção por meio de ferramentas avançadas. Esta abordagem estratégica assegura que a comunidade audiovisual local esteja preparada para as transformações do mercado global, utilizando a tecnologia para refinar e acelerar, e não para substituir, a criatividade humana e a expertise técnica.

## 5.2. Plataforma de Visibilidade e Conexão Intergeracional

O trabalho no audiovisual é, frequentemente, recluso e de bastidor. Criadores, editores e produtores executivos dedicam longos períodos em escritórios, dedicados a testes, acertos burocráticos e refinamento técnico. O É Cria surge como um momento essencial de **compartilhamento**, agindo como uma plataforma para revelar talentos (“prata da casa”) e estabelecer conexões.

O evento revela a excelência local, por vezes desconhecida, que já fornece serviços de alta qualidade para *players* internacionais, conferindo a devida visibilidade a esses profissionais. Além disso, promove uma conexão **intergeracional**, facilitando a troca de conhecimento entre profissionais com longa experiência e a nova geração, garantindo a transmissão de conhecimento e a continuidade do desenvolvimento setorial em Londrina, solidificando o LAVI como o principal vetor desta articulação.

# Estratégias de Branding e Identidade Visual para Eventos de Economia Criativa: O Processo Criativo e a Materialização da Marca

# Estratégias de Branding e Identidade Visual para Eventos de Economia Criativa: O Processo Criativo e a Materialização da Marca

## 1. Introdução e Contexto do Evento

Esta análise técnica formaliza a discussão sobre o processo de *branding* e o desenvolvimento da identidade visual da segunda edição do É Cria, o evento de Economia Criativa e Audiovisual de Londrina. O desenvolvimento da marca foi conduzido pela Sra. Natália Cabau, fundadora da agência Aruã 43. A relevância desta abordagem reside na complexidade de traduzir a **pluralidade conceitual da economia criativa** – que engloba desde o rigor técnico do audiovisual até a abstração das artes – em uma representação gráfica coesa e funcional. A identidade deve, portanto, ser um catalisador de convergência setorial.

O primeiro grande projeto de desenvolvimento de marca e identidade visual realizado pela agência foi, notavelmente, a edição anterior do próprio É Cria, estabelecendo uma conexão orgânica e um histórico de fidelidade na representação visual do evento. A metodologia empregada pela Aruã 43 prioriza a **criação e o desenvolvimento de marcas** por meio de processos que englobam *naming*, identidade visual e comunicação integrada, com forte ênfase na criatividade como ativo principal. Este histórico com o evento permite uma profundidade de análise e uma compreensão intrínseca dos objetivos estratégicos da iniciativa.

## 2. Metodologia de Criação da Marca no Setor Criativo

O desenvolvimento da identidade visual de um evento de economia criativa transcende a mera concepção estética de um logotipo, configurando-se como um estudo de **Semiótica Aplicada**. Constitui um **processo metodológico** rigoroso que exige alinhamento entre as diversas partes interessadas e a tradução de conceitos abstratos e multifacetados em elementos visuais tangíveis e sistêmicos.

### 2.1. A Complexidade do Briefing Coletivo e o Mapeamento de Stakeholders

O maior desafio no desenvolvimento de marcas para eventos setoriais reside na necessidade de absorver e sintetizar um volume elevado de informações e expectativas provenientes de um ecossistema complexo. Em um contexto como o É Cria, que dialoga primariamente com o setor audiovisual, mas se expande para toda a cadeia da economia criativa (design, artes cênicas, produção de eventos), o público-alvo e os **stakeholders** são intrinsecamente diversos, exigindo um meticuloso **mapeamento de stakeholders**.

O processo exige a realização de um *briefing* exaustivo com as “cabeças pensantes” do evento, frequentemente produtores, empreendedores e artistas com estéticas e visões distintas. A agência atua como um **filtro criativo e mediador conceitual**, responsável por **recolher, organizar**

e harmonizar todos os “quereres e desejos” do coletivo em um **Consenso Criativo Documentado**. Esta fase inicial é essencial para estabelecer a **cronologia** do projeto, definindo o ponto de partida conceitual para o resultado final, assegurando que a marca seja **efetiva**, represente a **Arquitetura da Marca** do evento e faça sentido para a totalidade dos participantes e do público. A utilização da escuta ativa e o foco na identificação de arquétipos de marca são ferramentas críticas neste estágio de inteligência estratégica.

## 2.2. A Decantação Estética, o Crivo Criativo e a Semiótica Aplicada

Após a fase de coleta de informações, inicia-se o processo interno da agência, onde as ideias e conceitos são submetidos a um rigoroso **crivo criativo** e a testes de viabilidade visual. O papel dos *designers* é transformar a diversidade de ideias em uma **estética unificada** que não apenas satisfaça as expectativas dos organizadores, mas que, crucialmente, seja decodificável e atraente para o público-alvo do evento.

A marca deve comunicar de maneira imediata o propósito do evento: ser um *hub* de inovação, arte e negócios. Este desafio de tradução (do conceitual para o visual), fundamentado na **semiótica aplicada** para garantir que os signos visuais evoquem os significados pretendidos, é a essência do *branding*, culminando na materialização da marca em todas as suas aplicações. A fase de **decantação estética** envolve o refinamento da tipografia, da paleta cromática e da forma para garantir legibilidade e memorabilidade. A satisfação profissional máxima reside, portanto, na observação desta **materialização** — a instalação do *backdrop* ou a visualização da marca em circulação nos mais diversos canais —, que representa o sucesso da transposição da estratégia conceitual para o domínio físico e digital.

## 3. Estratégias de Comunicação Integrada e Humanização da Marca

A identidade visual de um evento não se restringe ao logotipo; ela engloba um **sistema de linguagem visual completo** que deve ser simultaneamente adaptável e coerente em múltiplos canais e formatos, desde o impresso até o digital, configurando a experiência **Omnichannel**.

### 3.1. Linguagem Visual Adaptativa e Requisitos Técnicos Multicanal

Cada canal de comunicação (redes sociais, material impresso, *e-mail marketing*, sinalização) possui características e exigências de formato e performance distintas. A agência deve, portanto, construir um **Manual de Marca (Style Guide)** que defina a paleta de cores (com especificações em CMYK, RGB e HEX), a tipografia, o tratamento de imagens e o tom geral da comunicação, garantindo a **coerência técnica e funcionalidade**. O design deve ser escalável, prevendo o *responsive design* para telas móveis e a alta resolução necessária para grandes formatos (*backdrop*).

Para a edição em análise, foi estabelecido um foco estratégico na **humanização da marca**. O princípio subjacente é que as pessoas se conectam mais eficazmente com **rostos e narrativas humanas** — a emoção e a autenticidade — do que com representações puramente gráficas. Este princípio levou a uma abordagem que utilizouativamente a fotografia de participantes da edição anterior, aplicando filtros e tratamentos visuais (como o uso seletivo do preto e branco com toques de cor) que estabelecem uma ponte entre o passado consolidado (a história do evento) e a inovação presente, conferindo profundidade emocional e credibilidade à narrativa do evento.

## 3.2. A Implementação da Coerência em Múltiplos Formatos e o Design Ambiental

A **coerência visual** é essencial para o reconhecimento e a memorabilidade da marca, especialmente em um ambiente saturado de informação. Os diversos produtos do evento – desde a comunicação digital (adaptada para formatos verticais e dinâmicos, com atenção a *motion graphics*) até o material impresso (que exige alta resolução e fidelidade de cor) e o **design ambiental** (sinalização e *set design* do *hub*) – devem compartilhar um DNA visual inequívoco.

A definição do sistema de identidade visual deve prever a aplicação técnica em:

- **Mídias Sociais:** Focando na viralização, na interatividade e no engajamento humano, com o uso de *templates* pré-aprovados.
- **Mídia Impressa:** Garantindo a qualidade do *layout* em *folders*, *flyers*, e a produção do *background* em grande escala, com atenção à **gestão de cores** para evitar desvios tonais.
- **Brindes e Merchandising:** Mantendo a integridade da marca em diferentes texturas e materiais (tecidos, plásticos, metais), o que exige a criação de versões simplificadas da logomarca para aplicações de baixa fidelidade.
- **Design de Experiência (UX/UI):** Aplicando os mesmos princípios estéticos e funcionais no *website* e em plataformas de credenciamento.

A criação de uma linguagem completa, formalizada no Manual de Marca, é o que permite que a logomarca seja devidamente amplificada e contextualizada em todos os pontos de contato com o público, garantindo uma **experiência omnichannel** fluida e reconhecível.

## 4. O Impacto do Branding na Economia Criativa

O trabalho de *branding* para um evento de economia criativa possui implicações que vão além da estética, influenciando diretamente a **percepção de valor**, a **capacidade de atração de investimentos** e o **desenvolvimento profissional** do setor.

### 4.1. Visibilidade, Prestígio Institucional e Mensuração do Valor Intangível

Uma identidade visual profissional e impactante confere **prestígio institucional** ao evento e, por extensão, ao setor audiovisual e criativo de Londrina. Marcas bem desenvolvidas são percebidas como indicadores de excelência, organização e seriedade, elementos cruciais ao se negociar patrocínios, apoios governamentais e parcerias estratégicas. O design atua, assim, como um **ativo intangível** que valoriza todo o ecossistema. A marca do evento torna-se o **símbolo de credibilidade** de toda uma comunidade de profissionais.

A **mensuração do valor intangível** dessa visibilidade pode ser realizada indiretamente, correlacionando a qualidade percebida da marca a métricas como o *Media Value* (valorização do espaço na mídia), a atração de palestrantes de alto nível e o aumento da taxa de conversão de *leads* e o envolvimento de parceiros corporativos. O design, ao elevar o padrão estético e organizacional, facilita a **transferência de credibilidade** da marca do evento para os profissionais e empresas participantes, endossando a competência local.

## 4.2. A Agência como Vetor de Criação e o Ciclo de Retroalimentação Profissional

A agência de comunicação, como a Aruã 43, assume um papel de **vetor de criação e desenvolvimento de talentos**, não apenas executando um projeto, mas participando ativamente da consolidação do ecossistema criativo. O crescimento da agência, que utiliza o evento como uma **vitrine** de seu trabalho (destacando a capacidade de desenvolvimento de marca e identidade visual), está intrinsecamente ligado ao sucesso e à expansão da Economia Criativa local.

A exposição e o reconhecimento obtidos reforçam a própria cadeia produtiva: um *hub* de economia criativa necessita de *players* de comunicação eficientes para promover-se, e o sucesso do *hub* impulsiona o negócio desses *players*. Este **ciclo de retroalimentação profissional** é simbólico: o evento oferece oportunidades de *networking* e visibilidade, o que atrai mais talentos para a agência e para o setor, consolidando Londrina como um polo criativo maduro e autossuficiente. O sucesso da marca é um indicador de saúde e de maturidade do ecossistema criativo.

## 5. Conclusão: O Design Estratégico como Fundamento de Negócio

Em suma, a criação da identidade visual do É Cria, conforme conduzida pela Aruã 43, demonstra que o *design* no contexto da economia criativa é um **imperativo estratégico de negócio**, e não um mero acessório estético. A metodologia rigorosa, que abrange desde o mapeamento de *stakeholders* até a implementação de uma linguagem visual adaptativa e humanizada, é crucial para traduzir a complexidade setorial em uma marca coesa e atrativa.

A materialização da marca em um sistema *omnichannel* coerente confere o prestígio institucional necessário para a atração de capital e parceiros, consolidando o evento como um fórum essencial para o desenvolvimento, o debate tecnológico e a valorização do talento profissional do setor audiovisual e da economia criativa em Londrina.



# Governança, Metodologia e Impacto Social: O Documentário na Vanguarda da Inovação Audiovisual

## 1. Introdução e Contexto Profissional

O presente relatório técnico-analítico formaliza o conteúdo de uma entrevista conduzida durante o evento É Cria 2025 com o Sr. Normando Vitorino, documentarista de reconhecida relevância no cenário nacional e residente no Paraná. A discussão centra-se na evolução da linguagem documental, na convergência entre processos industriais e criação artística, e no impacto social de sua obra.

O percurso profissional do cineasta apresenta uma trajetória atípica. Embora o fascínio pelo audiovisual tenha se manifestado desde a infância, a imersão na área deu-se tarde. Sua formação inicial em **Engenharia** e subsequente experiência como **executivo de negócios** proveram uma base metodológica que se revelou fundamental para a atuação na produção cinematográfica.

### 1.1. Sinergia Metodológica: Engenharia e Audiovisual

A percepção de que o cinema não se limita à arte, mas se estrutura como uma **indústria**, com rigorosa metodologia e trabalho de equipe, constituiu a chave para a transição profissional. O cineasta identificou no processo audiovisual a necessidade de **sistematização, roteirização de processos, estabelecimento de metas e gestão de stakeholders**, elementos análogos à gestão executiva. Essa leitura de negócio, que aborda o audiovisual sob uma perspectiva de *business* e eficiência produtiva, é um diferencial estratégico, conferindo solidez à execução de projetos complexos, especialmente documentários de grande escopo.

## 2. A Evolução do Documentário: Entretenimento, Emoção e Tecnologia

O Sr. Vitorino estabeleceu uma forte identidade com o gênero documentário, influenciado por programas jornalísticos de profundidade como o *Globo Repórter*. No entanto, sua obra se distingue pela convicção de que o documentário deve ser encarado também como um instrumento de **entretenimento**.

### 2.1. Da Pedagogia à Imersão Emocional

Tradicionalmente, o documentário mantinha uma postura predominantemente **professoral** ou didática, focada na transmissão linear de informações. O paradigma atual exige uma reformulação dessa abordagem. A obra do cineasta buscaativamente a **experiência emocional, sensorial e cognitiva** do espectador. A intenção é não apenas informar, mas engajar profundamente, transformando a observação em vivência.

Para alcançar essa profundidade de interação, a linguagem é atualizada a partir de 2018/2019, incorporando elementos modernos como **animação, recursos de streaming e linguagens mais dinâmicas**. A utilização de **Inteligência Artificial (IA)** e novas tecnologias se torna instrumental

para a criação de um conteúdo mais imersivo e atraente para o público contemporâneo, que possui hábitos de consumo pautados pela rápida sucessão de estímulos visuais e narrativas envolventes. A impregnação do aspecto emocional é, portanto, imprescindível, independentemente da temática social ou histórica abordada.

## 2.2. A Necessidade de Adaptação Tecnológica na Linguagem Documental

A era digital exige que a linguagem documental se adapte integralmente às novas tecnologias para manter sua relevância e ampliar sua audiência. O ritmo de transformação tecnológica (IA, realidade virtual, *data visualization*) é acelerado, afetando desde a forma como a audiência consome conteúdo até os processos de produção e pós-produção.

A atualização da linguagem não implica na perda da essência temática ou da profundidade da pesquisa, mas sim na sua apresentação. A capacidade de tratar um tema histórico, como o ciclo da lavoura cafeeira em Londrina, deve ser complementada pela **leitura contemporânea** e pela utilização de ferramentas que permitam uma análise multidisciplinar. O documentário moderno exige a interação com profissionais capazes de fazer o *link* entre o processo de colonização inicial e as reflexões antropológicas, sociológicas e mercadológicas atuais. A tecnologia atua como facilitadora, permitindo a visualização de dados complexos e a estruturação de narrativas que respeitam a densidade do tema, ao mesmo tempo em que satisfazem o padrão estético e dinâmico demandado pelo público global.

## 3. Estudo de Caso: *Nós Somos Impuros* e a Persistência de Exclusão Social

A obra *Nós Somos Impuros* representa um trabalho de notável impacto, ao debruçar-se sobre um capítulo sensível da história brasileira e suas correlações com o cenário atual de saúde pública.

### 3.1. Resgate Histórico e a Colônia Getúlio Vargas

O documentário foi filmado no município de Bayeux, Paraíba, resgatando a história da **Colônia Getúlio Vargas**, uma área de mais de dez hectares instituída na década de 1940 como um **leprosário** (hoje denominado local de tratamento de hanseníase). O filme aborda o período de **segregação compulsória**, documentando a vivência e o testemunho das pessoas diretamente afetadas pela lepra e pelo isolamento social imposto pelo Estado.

O trabalho transcendeu a simples crônica histórica, configurando-se como um resgate **antropológico** e **social** das vidas que sofreram as consequências de uma política de saúde pública baseada no isolamento. A segregação compulsória é um marco que revela o tratamento desumano dado a uma parcela da população e cujas cicatrizes persistem na memória social e no urbanismo local.

### 3.2. Testemunho Profissional e Crítica à Saúde Pública

Um dos recortes mais impactantes da obra é o resgate da ótica dos **profissionais de saúde** que atuaram na colônia (médicas, enfermeiras, assistentes sociais). Essas figuras são retratadas como verdadeiras heroínas, que, de forma devotada e humana, se dedicaram a fornecer dignidade e

respeito aos pacientes em um contexto onde a doença era, então, considerada incurável e a segregação era a regra.

O filme estabelece uma crítica veemente à situação atual da hanseníase no Brasil. O país é o **segundo no mundo** em incidência de novos casos (mais de 30.000), o que configura um grave problema de saúde pública. O documentário evidencia que o perfil socioeconômico do paciente de hanseníase contemporâneo é notavelmente similar ao dos hansenianos de séculos passados: indivíduos que vivem em condições de insegurança alimentar, ambientes insalubres e privação de saneamento básico. Essa correlação direta entre a doença e os **determinantes sociais de saúde** sublinha a urgência em garantir a efetividade do Sistema Único de Saúde (SUS) e o acesso pleno a condições sanitárias mínimas, reiterando que a persistência desse quadro em 2025 é inaceitável.

## 4. Visão Estratégica para o Audiovisual Paranaense

O estabelecimento da residência do cineasta no Paraná reflete uma visão estratégica do potencial econômico e cultural do estado.

### 4.1. O Audiovisual como Motor de Desenvolvimento Regional

O Paraná é percebido como um estado sedutor, não apenas por suas características geográficas e turísticas, mas, sobretudo, pelo seu potencial de desenvolvimento do audiovisual como um setor de **business**. A diversidade regional, aliada ao crescente capital humano e à vontade institucional (demonstrada em eventos como o É Cria), posiciona o estado para uma competitividade elevada no cenário nacional.

A intenção é capitalizar essa diversidade e potencializar a riqueza cultural em **retorno econômico** para o estado. O setor audiovisual é um motor de geração de empregos de alto valor agregado e um multiplicador de Produto Interno Bruto (PIB), capaz de transformar o *soft power* cultural em desenvolvimento material e infraestrutural.

### 4.2. A Importância da Articulação de Redes

A participação em eventos como o É Cria e a conexão com trabalhadores da cultura e profissionais de diversas áreas (Londrina, Maringá, Curitiba) são fundamentais para a criação de um **ecossistema robusto**. A articulação de redes e a valorização do talento local são etapas cruciais para que o Paraná consiga oferecer uma cadeia produtiva completa e qualificada, capaz de atrair produções de maior porte e garantir a longevidade dos projetos regionais. A visão de longo prazo é que o Paraná se consolide como um polo onde a dedicação, o esforço e a vontade de produzir encontram um ambiente institucional e mercadológico favorável.

# Apresentações

---

# **Estratégias de Branding e Identidade Visual para Eventos de Economia Criativa: O Processo Criativo e a Materialização da Marca.**

Edvaldo Manoel dos Santos Junior

# CULTURA, DESENVOLVIMENTO E CIBERCULTURA: DESAFIOS E POSSIBILIDADES NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

Edvaldo Manoel dos Santos Junior<sup>1</sup>

## RESUMO

Este trabalho analisa os desafios contemporâneos da cultura no Brasil a partir de dois eixos complementares: a necessidade de políticas culturais voltadas para inclusão, diversidade e preservação do patrimônio, e as possibilidades abertas pela cibercultura e pela convergência midiática para ampliar o acesso e democratizar o consumo de bens culturais. A partir de referências teóricas de Néstor Canclini, Leonardo Brant, Pierre Lévy e Henry Jenkins, discute-se como a cultura deve ser compreendida não como gasto supérfluo, mas como direito e motor de desenvolvimento humano. Conclui-se que apenas a articulação entre tradição e inovação, diversidade e convergência, pode consolidar políticas culturais sustentáveis e inclusivas no contexto brasileiro.

**Palavras-chave:** Cultura; Desenvolvimento; Diversidade; Cibercultura; Convergência midiática.

## INTRODUÇÃO

A cultura é dimensão fundamental da vida social e da constituição das identidades coletivas. Para além de seu valor simbólico, ela representa também um direito e um recurso estratégico para o desenvolvimento humano. No entanto, o Brasil enfrenta desafios persistentes em relação à democratização do acesso e ao fortalecimento de políticas culturais que garantam diversidade, inclusão e preservação de patrimônios materiais e imateriais.

Paralelamente, vivemos em um contexto marcado pelo avanço das tecnologias digitais, caracterizado pela chamada cibercultura (LÉVY, 1999), que

---

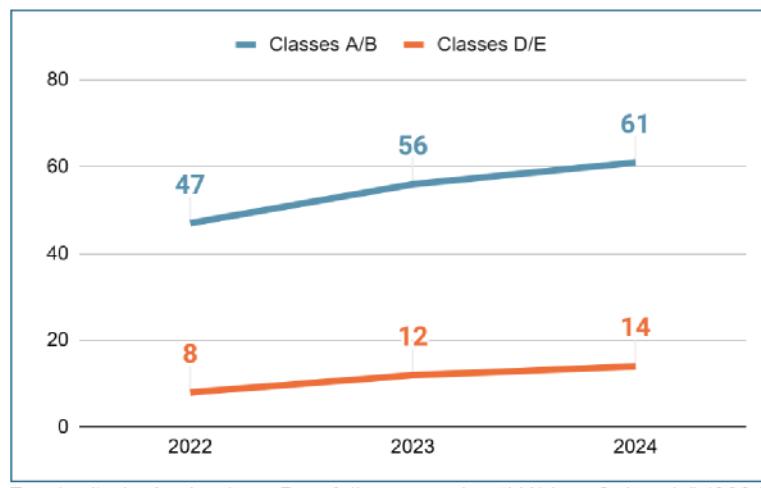
<sup>1</sup> Bacharel em Artes Cênicas pela Universidade Estadual de Londrina (2011); Master I em Artes Plásticas pela Université Rennes 2, França (2013); Especialista em Gestão Cultural pelo Centro Universitário Senac (2017); e Acadêmico do 6º período do curso de Bacharel em Direito pela Universidade Estadual de Londrina (2025).

transforma hábitos de consumo, produção e interação cultural. Experiências como museus digitais, circulação de obras independentes nas redes e estratégias de convergência midiática demonstram que a cultura contemporânea se reinventa a partir das interações entre o espaço físico e o virtual.

Este trabalho busca refletir sobre os pontos de contato entre esses dois eixos: os desafios da inclusão cultural em um país desigual e os potenciais da cibercultura como ferramenta de ampliação de acesso e inovação.

## CULTURA, DIVERSIDADE E DESENVOLVIMENTO

Pesquisas recentes já apontavam um cenário preocupante para o consumo cultural no Brasil. Em levantamento da Fundação Itaú em parceria com o Instituto Datafolha (2024), verificou-se que, apesar dos aumentos progressivos, as classes A/B ainda lideram expressivamente a maioria da população que acessa e consome bens e serviços culturais, em comparação com as classes D/E, como mostra o gráfico abaixo que traz um recorte sobre o acesso ao cinema por classe econômica, de acordo com as últimas três edições da pesquisa Hábitos Culturais (2024):



Fundação Itaú e Instituto Datafolha, pesquisa "Hábitos Culturais" (2024).

Esse quadro reflete uma contradição estrutural: de um lado, o país é reconhecido por sua enorme diversidade cultural; de outro, essa riqueza convive com desigualdades profundas de acesso. Como destaca Canclini (2003), é preciso compreender a cultura em sua dupla dimensão — patrimônio tangível e intangível — e adotar políticas que conciliem preservação e inovação.

A globalização, por sua vez, introduz tensões adicionais. Se, por um lado, facilita trocas e circulação de ideias, por outro, tende a uniformizar modos de vida e ameaçar identidades locais (BRANT, 2005). O deslocamento de comunidades tradicionais em nome de grandes empreendimentos é exemplo de como o 'desenvolvimento' pode se traduzir em perda cultural. Assim, torna-se urgente adotar estratégias que promovam diversidade, inclusão e reconhecimento da cultura como eixo do desenvolvimento humano.

## CIBERCULTURA E CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

A emergência da cibercultura, conceito proposto por Pierre Lévy, aponta para a integração entre cotidiano físico e virtual. Longe de representar mundos separados, o digital expande e reconfigura práticas culturais já existentes. Museus digitais, por exemplo, permitem que usuários acessem acervos de qualquer lugar do mundo, rompendo barreiras geográficas e democratizando o contato com obras de referência (OLIVEIRA, 2007).

Nesse cenário, Henry Jenkins (2009) introduz a noção de cultura da convergência, que descreve como diferentes mídias e plataformas dialogam entre si, criando formas de engajamento do público. Plataformas como YouTube, TikTok, Instagram e demais redes sociais possibilitam que conteúdos independentes alcancem nichos específicos, desafiando a lógica centralizada da indústria cultural.

No entanto, é preciso considerar que essas mesmas plataformas digitais que ampliam a difusão de conteúdos independentes operam sob a lógica dos algoritmos. Ao organizar fluxos de informação e recomendar conteúdos com base em cruzamentos de dados e perfis de consumo, os algoritmos acabam criando filtros invisíveis que direcionam a experiência cultural dos usuários. Isso significa que, mesmo em um ambiente de abundância e diversidade, a circulação efetiva de conteúdos pode ficar restrita a públicos segmentados, dificultando o contato com expressões culturais fora do padrão de interesse individual.

Esse fenômeno, conhecido como criação de bolhas de informação (PARISER, 2011), desafia a ideia de democratização plena da cultura pela via digital. Se por um lado há a potencialidade de maior acesso e de valorização de nichos culturais específicos, por outro há o risco de uma fragmentação excessiva, na qual os

indivíduos se relacionam apenas com conteúdos que reforçam seus próprios gostos e visões de mundo. Nesse sentido, pensar políticas culturais contemporâneas exige também refletir sobre como dialogar com essas novas mediações algorítmicas, de modo a garantir que a cibercultura não se transforme em mais uma barreira para a diversidade cultural, mas em um espaço de encontro, troca e ampliação de repertórios.

## **DESAFIOS E POSSIBILIDADES**

Ao cruzarmos os dois eixos — cultura e cibercultura — percebemos que os dilemas e as potencialidades se complementam. O Brasil enfrenta ainda graves limitações no acesso cultural, que não podem ser resolvidas apenas pela via digital, já que a exclusão tecnológica também se inscreve nas desigualdades sociais. No entanto, a cibercultura oferece instrumentos valiosos para ampliar a circulação, atrair novos públicos e desenvolver modelos de sustentabilidade para a produção independente.

Assim, a reflexão sobre políticas culturais precisa considerar tanto a inclusão social e territorial quanto a inovação tecnológica. Patrimônio, diversidade e convergência midiática não devem ser tratados como esferas isoladas, mas como dimensões de um mesmo processo, que reconhece a cultura como direito, linguagem de identidade e motor de desenvolvimento humano.

## **CONCLUSÃO**

A cultura contemporânea se encontra em um campo de tensões: de um lado, a exclusão e a uniformização impostas por processos econômicos e sociais; de outro, as possibilidades de reinvenção e ampliação de acesso abertas pela cibercultura. No Brasil, superar esse desafio exige compreender a cultura não como gasto, mas como investimento em cidadania e futuro. Exige também políticas que valorizem o patrimônio material e imaterial, ao mesmo tempo em que incorporem as linguagens digitais como ferramentas de inclusão. Somente pela articulação entre tradição e inovação, diversidade e convergência, será possível consolidar um projeto cultural que não apenas resista às pressões globalizantes, mas que também amplifique a potência criativa e transformadora das expressões culturais brasileiras.

## REFERÊNCIAS

- BARROS, J. M. (org). **Diversidade Cultural: da promoção à proteção**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.
- BRANT, L. **Diversidade Cultural: globalização e culturas locais: dimensões, efeitos e perspectivas**. São Paulo: Escrituras, 2005.
- CANCLINI, N. **Políticas Culturais Para o Desenvolvimento: uma base de dados para a cultura**. Brasília: UNESCO Brasil, 2003.
- FUNDAÇÃO ITAÚ e INSTITUTO DATAFOLHA. **Pesquisa Hábitos Culturais - 2024**. Disponível em: < <https://fundacaoita.org.br/observatorio/biblioteca/habitos-culturais>>. Acesso em 18 set. 2025.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- OLIVEIRA, J. C. **O museu digital: uma metáfora do concreto ao digital**. Revista Comunicação e Sociedade, vol. 12, 2007.
- PARISER, E. **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**. New York: Penguin Press, 2011.

# O Papel do Acadêmico de Direito na Construção de Um Turismo Inovador e Sustentável

Emanuelli Fernandes Ortega  
Fernanda Correa

# O PAPEL DO ACADÊMICO DE DIREITO NA CONSTRUÇÃO DE UM TURISMO INOVADOR E SUSTENTÁVEL

Emanuelli Fernandes Ortega  
Fernanda Correa

## 1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a inovação consolidou-se como um pilar estratégico para o desenvolvimento sustentável, exigindo não apenas o avanço tecnológico, mas também abordagens colaborativas, interdisciplinares e inclusivas capazes de enfrentar problemas sociais, econômicos, culturais e ambientais de forma integrada. Nesse cenário, os hubs de inovação despontam como ambientes férteis de colaboração, nos quais diferentes saberes, setores e perfis profissionais se encontram para cocriar soluções criativas, inteligentes e aplicáveis a desafios contemporâneos de alta complexidade.

Quando aplicados ao setor do turismo, esses espaços assumem papel ainda mais relevante, pois possibilitam a articulação entre inovação tecnológica, valorização cultural e transformação territorial (Aires, Costa e Brandão, 2022). O turismo, enquanto fenômeno econômico, social e cultural, demanda soluções que conciliem crescimento, preservação ambiental e inclusão social, e os hubs se apresentam como catalisadores dessa integração.

O hub de inovação em turismo, portanto, deve ser compreendido como um verdadeiro ecossistema de trocas, no qual estudantes, empreendedores, pesquisadores, órgãos públicos, empresas privadas e a sociedade civil organizada interagem de forma colaborativa. Essa interação estimula a construção de práticas mais sustentáveis, criativas e alinhadas às necessidades locais e globais. Nesse contexto, ganha destaque a atuação de estudantes de Direito, cuja formação não apenas agrupa valor técnico, mas também amplia a dimensão ética, regulatória e jurídica das iniciativas, reforçando a segurança e a legitimidade dos projetos.

## 2. OBJETIVOS

Este estudo tem como objetivo refletir sobre as contribuições da formação jurídica nos ecossistemas de inovação. A partir da vivência de uma estudante de Direito como bolsista em um hub de turismo, busca-se evidenciar como o olhar jurídico pode colaborar com propostas inovadoras, éticas e juridicamente

viáveis, que fortaleçam práticas turísticas mais conscientes, inclusivas e alinhadas à sustentabilidade territorial e à justiça social.

### **3. METODOLOGIA**

Este artigo caracteriza-se como um estudo de natureza teórica e exploratória, com abordagem qualitativa (André, 2004). A metodologia adotada fundamenta-se em pesquisa bibliográfica, realizada por meio de análise de artigos científicos em bases como a Scielo. Como referência prática, foi analisada a experiência da autora como bolsista em um hub de inovação na área do turismo.

### **4.RESULTADOS**

A análise revelou que a presença do olhar jurídico nos hubs de inovação amplia a segurança e a legitimidade das soluções desenvolvidas, considerando que questões como proteção de dados, propriedade intelectual, contratos, licitações e padrões ESG emergem como fatores determinantes para a viabilidade das propostas. Além disso, constatou-se que a atuação jurídica favorece a antecipação de riscos legais e regulatórios, evitando entraves futuros que poderiam comprometer a execução de projetos inovadores.

Outro ponto relevante foi a constatação de que o olhar jurídico, quando inserido desde a fase de ideação, contribui para que soluções tecnológicas e criativas já nasçam em conformidade legal. Isso reduz custos com ajustes posteriores, amplia a confiança de parceiros e investidores e fortalece a credibilidade dos projetos. Por fim, verificou-se que a presença do estudante de direito favorece também a inclusão social e o desenvolvimento territorial equilibrado. Ao incorporar princípios de justiça social e responsabilidade ética, as propostas inovadoras se tornam mais conectadas às comunidades locais, garantindo que os benefícios do turismo não se restrinjam ao crescimento econômico, mas promovam desenvolvimento sustentável.

### **5. CONCLUSÕES**

Conclui-se que a inserção do estudante de Direito em hubs de inovação no turismo é indispensável para garantir soluções inovadoras, juridicamente seguras e socialmente responsáveis. O olhar jurídico não deve ser entendido apenas como regulador posterior, mas como elemento preventivo e estruturante, capaz de orientar os processos criativos desde a concepção.

Além disso, entende-se que a interdisciplinaridade é fator essencial para consolidar práticas inovadoras que fortaleçam a competitividade do setor e gerem impactos positivos nas comunidades locais. Nesse sentido, o estudante de Direito assume papel estratégico como agente de transformação, capaz de

alinhar inovação, ética e segurança jurídica em prol de um turismo conectado e sustentável.

**Palavras-chave:** Turismo; Inovação; Direito; Sustentabilidade; Hubs de Inovação.

## REFERÊNCIAS

AIRES, J. D. M.; COSTA, C. M. M.; BRANDÃO, A. F. F. Rumo a um conceito de inovação no

ANDRÉ, M. E. D. A. de. Etnografia da prática escolar. 11. ed. Campinas: Papirus, 2004.

# **Integração da Economia Criativa e Cidades Inteligentes como estratégia de desenvolvimento: O Caso de Londrina/PR**

Everton Ortiz Perussi  
Prof<sup>a</sup> Dra. Cristianne Cordeiro Nascimento

## **Integração da Economia Criativa e Cidades Inteligentes como estratégia de desenvolvimento: O Caso de Londrina/PR.**

---

Everton Ortiz Perussi  
[everton.perussi@gmail.com.br](mailto:everton.perussi@gmail.com.br)

Profa. Dra. Cristianne Cordeiro Nascimento  
[criscordeiro@uel.br](mailto:criscordeiro@uel.br)

### **Resumo**

Este artigo analisa a integração entre Economia Criativa e Cidades Inteligentes como estratégia de desenvolvimento urbano e socioeconômico, com estudo de caso da cidade de Londrina-PR. Argumenta-se que a convergência entre políticas de fomento à criatividade e infraestrutura digital promove inovação, inclusão social, identidade cultural e diversificação econômica. A pesquisa, de caráter qualitativo e exploratório, baseia-se em revisão bibliográfica e análise documental de relatórios institucionais e da governança Londrina Inteligente. Os resultados demonstram como a economia criativa tem se articulado com iniciativas de cidade inteligente em Londrina, evidenciando o papel da governança na consolidação do município como referência em inovação urbana.

**Palavras-chave:** Economia Criativa. Cidades Inteligentes. Londrina. Governança. Inovação.

### **Abstract**

This paper analyzes the integration between Creative Economy and Smart Cities as a strategy for urban and socioeconomic development, focusing on the case study of Londrina-PR. It argues that the convergence between creativity policies and digital infrastructure fosters innovation, social inclusion, cultural identity, and economic diversification. The research, qualitative and exploratory in nature, is based on bibliographic review and documentary analysis of institutional reports and Londrina Inteligente governance documents. Results show how the creative economy has been articulated with smart city initiatives in Londrina, highlighting the role of governance in consolidating the city as a national reference in urban innovation.

**Keywords:** Creative Economy. Smart Cities. Londrina. Governance. Innovation.

## 1. Introdução

As cidades contemporâneas enfrentam desafios relacionados ao crescimento populacional, infraestrutura, sustentabilidade e inclusão social. O conceito de cidades inteligentes surge como resposta a esses desafios, propondo o uso de tecnologia, dados e governança integrada para melhorar os serviços urbanos (LOPES, 2021). Paralelamente, a Economia Criativa, definida como atividade que tem na criatividade, no conhecimento e na cultura seus principais insumos (UNESCO; UNDP, 2013), representa um setor estratégico para o desenvolvimento socioeconômico.

Este artigo busca analisar como a integração entre Economia Criativa e Cidades Inteligentes pode ser uma estratégia de transformação urbana, tomando como estudo de caso a cidade de Londrina-PR e a atuação da Governança Londrina Inteligente.

## 2. Referencial teórico

A Economia Criativa compreende setores como design, audiovisual, moda, software e artes, que geram valor por meio da criatividade e do conhecimento (SEBRAE, 2016; OECD, 2021). Pesquisas destacam seu impacto na geração de empregos, no fortalecimento da identidade cultural e na diversificação econômica (BRITISH COUNCIL, s.d.).

As Cidades Inteligentes, por sua vez, são ecossistemas urbanos que utilizam tecnologia e dados para otimizar serviços e ampliar a qualidade de vida, incorporando dimensões sociais, culturais e ambientais (ATTARAN, 2022; MEGAHEDE et al., 2022). A literatura demonstra que a convergência entre economia criativa e cidades inteligentes favorece políticas urbanas mais inclusivas, resilientes e inovadoras (LAZZARETTI, 2019).

## 3. Metodologia

A pesquisa é qualitativa, exploratória e descritiva. Foram utilizados referenciais bibliográficos nacionais e internacionais, além de relatórios institucionais e documentos públicos da Governança Londrina Inteligente. O estudo de caso de Londrina foi escolhido em razão das iniciativas locais de inovação urbana, participação cidadã e articulação de atores do ecossistema empreendedor.

#### **4. Resultados e Discussão**

A análise aponta cinco principais contribuições da Economia Criativa para as estratégias de cidades inteligentes:

- 1) Inovação em serviços urbanos;
- 2) Fortalecimento da identidade cultural;
- 3) Geração de empregos qualificados;
- 4) Governança participativa;
- 5) Diversificação econômica.

Em Londrina, essas contribuições se materializam em iniciativas como o Hackathon Smart Cities, promovido pela Governança Londrina Inteligente (FAPPR, 2024), além da atuação de universidades, startups e instituições de apoio ao empreendedorismo. Eventos culturais e criativos também vêm sendo integrados às soluções de inovação urbana, ampliando a atratividade da cidade e sua capacidade de gerar valor econômico e social.

#### **5. A Governança Londrina Inteligente**

A Governança Londrina Inteligente constitui um arranjo institucional multissetorial que articula poder público, universidades, empresas e sociedade civil (LONDRINA INTELIGENTE, 2025). Esse modelo tem permitido a criação de estratégias convergentes de economia criativa e inovação tecnológica, fomentando editais, projetos colaborativos e indicadores de monitoramento.

Entre as ações de destaque estão a realização de hackathons, o apoio a startups criativas e a promoção de fóruns de discussão sobre inovação urbana. Essa governança contribui para consolidar Londrina como referência nacional em políticas integradas de cidades inteligentes e economia criativa.

#### **6. Considerações finais**

A integração entre Economia Criativa e Cidades Inteligentes configura-se como estratégia promissora de desenvolvimento urbano, especialmente em cidades médias como Londrina. O caso estudado demonstra que a presença de governança

estruturada, aliada a um ecossistema criativo e inovador, cria condições favoráveis para o fortalecimento da identidade local, geração de empregos e aumento da competitividade.

Recomenda-se o avanço na definição de métricas específicas para Londrina, o fortalecimento de editais de inovação cultural e a ampliação da integração entre políticas públicas de cultura, tecnologia e urbanismo. Dessa forma, Londrina poderá consolidar-se como laboratório vivo de práticas inovadoras no Brasil.

## Referências

- ATTARAN, H. Toward integrated smart city: a new model for digital and cultural convergence. *Journal of Urban Technology*, 2022.
- BRITISH COUNCIL. A economia criativa brasileira. Relatório. s.d.
- FAPPR. Governança Londrina Inteligente realiza primeiro Hackathon Smart Cities. Curitiba, 2024.
- GRINCHEVA, N. Towards creative and smart urban sustainability: smart cultural data intelligence. *ScienceDirect*, 2025.
- LAZZARETTI, K. Insights e contribuições das pesquisas brasileiras: Cidades inteligentes. *URBE – Revista Brasileira de Gestão Urbana*, v. 11, n. 2, 2019.
- LOPES, D. Cidades inteligentes — conceitos e aplicações. Brasília: ENAP, 2021.
- LONDrina INTELIGENTE. Governança Londrina Inteligente. Disponível em: <https://www.londrinainteligente.com.br/>. Acesso em: 16 set. 2025.
- MEGAHED, N. A. et al. Smart Cities after COVID-19: Building a conceptual framework. *Journal of Urban Management*, 2022.
- OECD. Economic and social impact of cultural and creative sectors. Paris: OECD, 2021.
- SEBRAE. O que é Economia Criativa. Brasília: Sebrae, 2016.
- SEBRAE. Economia Criativa: painéis setoriais e programas de apoio. Brasília: Sebrae, 2022.
- SEBRAE. Projeto Cidade Inteligente: materiais e iniciativas regionais. Brasília: Sebrae, 2023.
- UNESCO; UNDP. Creative Economy Report 2013: Special Edition. Paris: UNESCO, 2013.

# **Hackathons como Estratégia de Inovação Aberta na Educação Superior: A Experiência da UniFil Incubadora de Startups**

Felipe Caldeira Akryght  
Mariana Marques Bertozzi  
Sergio Akio Tanaka

# HACKATHONS COMO ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO ABERTA NA EDUCAÇÃO SUPERIOR: A EXPERIÊNCIA DA UNIFIL INCUBADORA DE STARTUPS

Felipe Caldeira Akryghti;

Mariana Marques Bertozzi;

Sergio Akio Tanaka;

## RESUMO

Este resumo técnico expandido apresenta a experiência da UniFil Incubadora de Startups na organização do hackathon Health Tech, realizado com apoio do Governo do Estado do Paraná e da Fundação Araucária. O evento tem como objetivo fomentar soluções tecnológicas interdisciplinares e de impacto social voltadas à área da saúde, por meio de uma maratona de inovação aberta com estudantes universitários. A metodologia adotada foi baseada em Design Thinking, com etapas de imersão, ideação, prototipagem e pitch, além de mentorias com especialistas. Os desafios foram organizados em três eixos temáticos: gestão de doenças crônicas, soluções multiprofissionais e uso de inteligência artificial no diagnóstico precoce. Os resultados esperados incluem o desenvolvimento de soluções com potencial de incubação, fortalecimento da cultura de inovação da UniFil e ampliação da rede de conexões entre academia, setor produtivo e sociedade. A experiência também busca inspirar outras instituições a adotarem metodologias ativas, consolidando o hackathon como ferramenta pedagógica e estratégica no ensino superior.

Palavras-chave: Hackathon; Inovação; Saúde; Empreendedorismo; UniFil.

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente, a inovação é um elemento essencial para solucionar desafios complexos, especialmente nas áreas da saúde e educação. Modelos tradicionais de inovação têm cedido lugar à inovação aberta, que promove colaboração entre diversos atores. Os hackathons surgem nesse contexto como práticas eficazes para integrar conhecimento, criatividade e tecnologia na resolução de problemas reais. Na UniFil, o Health Tech representa uma iniciativa pioneira ao unir estudantes, professores, mentores e instituições parceiras para promover soluções inovadoras com impacto social.

## 2. OBJETIVOS

O objetivo geral do Health Tech é fomentar a criação de soluções inovadoras para desafios reais da área da saúde, promovendo o protagonismo estudantil e a aplicação prática do conhecimento acadêmico. Entre os objetivos específicos estão:

estimular o trabalho interdisciplinar, aproximar estudantes do mercado, desenvolver competências empreendedoras e identificar propostas com potencial de incubação.

### **3. METODOLOGIA**

A organização do hackathon seguiu etapas estruturadas: definição de eixos temáticos com base em demandas reais do setor da saúde; abertura de inscrições para equipes multidisciplinares; realização de oficinas de ideação e pitch; mentorias com especialistas das áreas de saúde, tecnologia, negócios e design. A estrutura metodológica baseou-se no Design Thinking, com foco em empatia, definição de problemas, geração de ideias, prototipagem e validação. A avaliação das propostas considerou critérios como grau de inovação, viabilidade de mercado e clareza do pitch.

### **4. RESULTADOS**

O evento está previsto para agosto de 2025, com 15 equipes multidisciplinares e cerca de 75 participantes. Espera-se o desenvolvimento de soluções como plataformas de triagem digital, sistemas de apoio ao diagnóstico e ferramentas de automação para monitoramento de doenças crônicas. O evento conta com premiação para os melhores projetos e visa promover integração entre academia e setor produtivo.

### **5. DISCUSSÃO**

O hackathon se apresenta como instrumento pedagógico que extrapola os limites da sala de aula tradicional. Ao unir teoria e prática, promove o desenvolvimento de habilidades essenciais ao século XXI, como liderança, resolução de problemas e trabalho colaborativo. A multidisciplinaridade das equipes contribui para a criação de soluções robustas e alinhadas às necessidades reais. A metodologia ativa adotada estimula a autonomia estudantil e reforça o papel da universidade como agente de transformação social.

### **6. CONCLUSÕES**

A realização do Health Tech destaca-se como iniciativa estratégica para consolidar uma cultura de inovação na UniFil. Os impactos esperados incluem a formação de profissionais mais preparados, o fortalecimento do ecossistema local de inovação e o estímulo à criação de startups. A experiência pode servir de modelo para outras instituições que desejam adotar o hackathon como ferramenta educacional e de integração com o mercado.

### **REFERÊNCIAS**

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

VALENÇA, George; SANTOS, Rodrigo. **Como Organizar uma Hackathon Corporativa?**. 2022.

**REGULAMENTO. Hackathon Health Tech 2025 - Londrina.** Comissão Organizadora do Polo da Saúde, UniFil, Salus, Sebrae, Alis. 2025.

# Economia Criativa e Desenvolvimento Regional: O impacto da Lei Paulo Gustavo e do Projeto Cidades Vibrantes

Caio Júlio Cesaro  
Leandro Henrique Magalhães

**ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL: O IMPACTO  
DA LEI PAULO GUSTAVO E DO PROJETO CIDADES VIBRANTES**

**CREATIVE ECONOMY AND REGIONAL DEVELOPMENT: THE IMPACT  
OF THE PAULO GUSTAVO LAW AND THE VIBRANT CITIES PROJECT**

**Caio Júlio Cesaro**

Doutor em Multimeios pelo Instituto de Artes da Unicamp  
Mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade de Comunicação Social Cásper  
Líbero.

Coordenador do grupo de trabalho de Preservação Audiovisual do Arranjo Produtivo  
Local do Audiovisual de Londrina e Região (LAVI)  
E-mail: caiocesaro@gmail.com

**Leandro Henrique Magalhães**

Graduado em História pela Universidade Estadual de Londrina – UEL  
Graduado em Pedagogia pelo Centro Universitário Filadélfia - UniFil  
Mestre e Doutor em História pela Universidade Federal do Paraná – UFPR  
E-mail: lmagalhaes1974@gmail.com

A Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar Nº 195/2022) é um marco fundamental para as políticas públicas culturais no Brasil. Ela direciona recursos do Fundo Nacional de Cultura (FNC) e do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) para apoiar iniciativas culturais em estados e municípios. Se destaca por descentralizar investimentos e fomentar a economia criativa como vetor de desenvolvimento econômico e social, especialmente em regiões fora dos grandes centros. Ao reconhecer a cultura como uma ferramenta de transformação, impulsiona a geração de emprego e renda, a preservação do patrimônio cultural, e a inclusão social. No campo da economia criativa, a lei tem uma relevância estratégica, pois estimula a integração da cultura com outras áreas, como inovação, tecnologia e turismo. Isso fortalece o desenvolvimento regional ao promover o crescimento econômico por meio de projetos que valorizam a diversidade cultural e criativa. A economia criativa é vista como um campo em expansão, com potencial para

revitalizar economias locais, atrair turistas e criar oportunidades de emprego, além de promover a inovação e a sustentabilidade.

O projeto Cidades Vibrantes: Cultura, Criatividade e Solidariedade no Desenvolvimento Local: Formação em Cidades Criativas e Destinos Inteligentes, financiado pela Lei Paulo Gustavo, exemplifica esse impacto. A iniciativa oferece cursos de formação e eventos presenciais para capacitar fazedores de cultura e agentes culturais em áreas relacionadas à economia criativa e solidária. O projeto visa capacitar profissionais para atuarem em cidades criativas e destinos turísticos inteligentes, com foco em inovação, preservação do patrimônio cultural e uso de tecnologias emergentes. Um dos principais pontos do projeto é a inclusão social. Ele oferece vagas gratuitas para agentes culturais de diferentes regiões, promovendo o acesso democrático à formação. Isso contribui diretamente para o desenvolvimento regional, ao capacitar indivíduos e comunidades que muitas vezes não têm acesso a oportunidades educacionais especializadas. Além disso, ao focar na formação de agentes locais, o projeto fortalece a participação da comunidade na gestão e promoção de seus patrimônios culturais, criando uma rede mais robusta e coesa de profissionais criativos. Outro aspecto crucial do projeto é o incentivo ao turismo criativo. Ao integrar a preservação cultural e a inovação, o projeto permite que as cidades transformem suas identidades culturais em ativos turísticos, oferecendo experiências autênticas que atraem visitantes. O foco em tecnologias emergentes, como realidade aumentada e inteligência artificial, também é um diferencial, permitindo que os destinos turísticos se tornem mais atrativos e conectados com as demandas contemporâneas. Além do turismo, o projeto enfatiza a gestão cultural como uma ferramenta de desenvolvimento regional. Ao abordar temas como marketing digital e gestão de recursos culturais, o projeto capacita os participantes a promover suas cidades de maneira mais eficiente, aproveitando ao máximo as oportunidades de crescimento econômico que a cultura pode oferecer. Essa abordagem multidisciplinar permite que o setor cultural seja gerido de forma estratégica, aumentando sua relevância e impacto econômico.

O projeto culmina em seminários presenciais que visam consolidar os conceitos trabalhados nos cursos e fortalecer o diálogo entre diferentes atores envolvidos na economia criativa, incluindo governanças municipais e instituições de ensino. Isso reforça a criação de políticas públicas integradas e sustentáveis, voltadas para o desenvolvimento regional e a promoção da cultura como motor de inovação. Em resumo, a Lei Paulo Gustavo e o projeto Cidades Vibrantes são ferramentas essenciais para o fortalecimento das políticas públicas culturais no Brasil. Eles promovem a inclusão

social, a inovação tecnológica e a sustentabilidade econômica por meio da economia criativa. Ao capacitar profissionais e fomentar o turismo cultural, a lei e o projeto contribuem para o desenvolvimento regional, tornando a cultura um fator central de transformação e crescimento para comunidades de todo o país.

**Palavras-chave:** Lei Paulo Gustavo; Economia Criativa; Desenvolvimento Regional; Cidades Criativas; Inclusão Social

## Referências

- ACCO, M. No limiar do novo: desafios para o financiamento da Economia Criativa no Brasil. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. (Org.). Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira. Belo Horizonte: BDMG, 2016. p. 149-214.
- BOLAÑO, C.; LOPES, R.; SANTOS, V. Uma economia política da cultura e da criatividade. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. (Org.). Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira. Belo Horizonte: BDMG, 2016. p. 384.
- LANDRY, C. Cidade Criativa: a história de um conceito. In: REIS, A. C.; OLIVEIRA, P. (Org.). Sobre o Plano Brasil Criativo e a política dos OBECs São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2016.
- FONSECA REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Org.). Creative City Perspectives.. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2010.
- OLIVEIRA, L. A. Cultura, criatividade e desenvolvimento territorial: reflexões sobre Redes e Sistemas Produtivos de Economia Criativa. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. (Org.). Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira. Belo Horizonte: BDMG, 2016. p. 109-125.
- MESSIAS, F. B. \*O pentagrama da sustentabilidade na visão da economia criativa: um estudo da economia criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil\*. 2017. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.
- PODCAST - E por falar em Economia Criativa e Inovação... 003. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=hrbLUf4\\_GGg&t=531s](https://www.youtube.com/watch?v=hrbLUf4_GGg&t=531s)>. Acesso em: 27 out. 2024.

PODCAST - E por falar em Economia Criativa e Inovação... 002. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wHxxz6nzEok&t=456s>>. Acesso em: 27 out. 2024.

# Trilhas de Aprendizagem: Políticas Públicas e Economia Criativa em Londrina

Caio Julio Cesaro  
Leandro Henrique Magalhães

TRILHAS DE APRENDIZAGEM: POLÍTICAS PÚBLICAS E ECONOMIA CRIATIVA EM  
LONDRINA

LEARNING PATHS: PUBLIC POLICIES AND CREATIVE ECONOMY IN LONDRINA

**Caio Júlio Cesaro**

Doutor em Multimeios pelo Instituto de Artes da Unicamp  
Mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero.  
Coordenador do grupo de trabalho de Preservação Audiovisual do Arranjo Produtivo Local do  
Audiovisual de Londrina e Região (LAVI)

E-mail: [caiocesaro@gmail.com](mailto:caiocesaro@gmail.com)

**Leandro Henrique Magalhães**

Graduado em História pela Universidade Estadual de Londrina – UEL  
Graduado em Pedagogia pelo Centro Universitário Filadélfia - UniFil  
Mestre e Doutor em História pela Universidade Federal do Paraná – UFPR  
E-mail: [Imagalhaes1974@gmail.com](mailto:Imagalhaes1974@gmail.com)

O projeto “Trilhas de Aprendizagem em Economia Criativa”, aprovado pelo Programa Municipal de Incentivo à Cultura (PROMIC) em 2022, propõe um processo formativo na área da economia criativa, com o objetivo de promover a qualificação dos Fazedores de Cultura e Agentes Culturais da cidade de Londrina. Por meio de oito cursos gratuitos, os participantes foram capacitados em temas como Patrimônio Cultural, Processo Criativo, Propriedade Intelectual e Gestão, Liderança e Inovação. Estes cursos, ofertados na modalidade a distância, teve o papel de apoiar o desenvolvimento de práticas, produtos e serviços que conectem os valores culturais ao potencial econômico da cidade, fortalecendo a Economia Criativa local.

A escolha dos eixos de formação refletiu a importância da cultura como eixo transversal para o desenvolvimento econômico e para a sustentabilidade social de Londrina, alinhando-se com as políticas culturais da Secretaria de Cultura do município. As temáticas dos cursos abrangiam aspectos fundamentais como a valorização da memória histórica da cidade, o desenvolvimento de liderança para gestão cultural e a capacitação em processos criativos. Essas abordagens integradoras visaram estimular a autonomia e o empoderamento dos agentes culturais, contribuindo para a inclusão social e a geração de renda através da cultura. Um ponto relevante foi o papel de democratização do acesso, através da disponibilização de bolsas de estudos para os cursos, com o atendimento a diferentes fazedores de cultura, desde aqueles em estágios iniciais de atuação até aqueles que buscam aperfeiçoamento.

Essa abordagem contribuiu para o entendimento do papel da Economia Criativa como um fator de desenvolvimento e sustentabilidade em Londrina. Ao analisar o contexto atual das políticas culturais, observa-se que a criação de uma linha específica voltada à economia criativa pelo PROMIC, reflete o crescente destaque que a economia criativa tem recebido no município fato, porém, que não se repetiu nas edições posteriores do programa. Além disso, faz-se necessário abordar criticamente algumas limitações do programa.

Uma questão significativa a ser discutida é a restrição à participação de proponentes pessoa jurídica com fins lucrativos. Atualmente, outras políticas de fomento, como as leis Paulo Gustavo e Aldir Blanc, já possibilitam a participação de empresas com fins lucrativos, ampliando a democratização do acesso aos recursos culturais. Essa restrição do PROMIC, portanto, limita as possibilidades de alguns segmentos culturais, como o audiovisual, onde é comum que os fazedores de cultura se organizem como CNPJ. Nesse sentido, este projeto também se colocou como uma oportunidade para fomentar a discussão sobre ajustes necessários à principal política cultural do município, visando maior inclusão e integração dos diferentes atores da Economia Criativa em Londrina. Dada a relevância crescente do tema para o desenvolvimento regional, é crucial que as políticas culturais acompanhem essa tendência, promovendo condições mais equânimes de acesso aos recursos públicos e contribuindo para o fortalecimento do setor cultural e criativo.

**Palavras-chave:** Economia Criativa, Políticas Públicas, Cultura, PROMIC, Londrina

## Referências

- ACCO, M. No limiar do novo: desafios para o financiamento da Economia Criativa no Brasil. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. (Org.). Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira. Belo Horizonte: BDMG, 2016. p. 149-214.
- BOLAÑO, C.; LOPES, R.; SANTOS, V. Uma economia política da cultura e da criatividade. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. (Org.). Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira. Belo Horizonte: BDMG, 2016. p. 384.
- LANDRY, C. Cidade Criativa: a história de um conceito. In: REIS, A. C.; OLIVEIRA, P. (Org.). Sobre o Plano Brasil Criativo e a política dos OBECs São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2016.
- FONSECA REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Org.). Creative City Perspectives.. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative City Productions, 2010.
- OLIVEIRA, L. A. Cultura, criatividade e desenvolvimento territorial: reflexões sobre Redes e Sistemas Produtivos de Economia Criativa. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. (Org.). Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da Economia Criativa Brasileira. Belo Horizonte: BDMG, 2016. p. 109-125.

MESSIAS, F. B. \*O pentagrama da sustentabilidade na visão da economia criativa: um estudo da economia criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil\*. 2017. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

PODCAST - E por falar em Economia Criativa e Inovação... 003. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=hrbLUF4\\_GGg&t=531s](https://www.youtube.com/watch?v=hrbLUF4_GGg&t=531s)>. Acesso em: 27 out. 2024.

PODCAST - E por falar em Economia Criativa e Inovação... 002. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wHxxz6nzEok&t=456s>>. Acesso em: 27 out. 2024.

# O Processo de Transcodificação na Classificação Arquivística.

Andrea do Prado  
Luis O. S. Rocha

# O PROCESSO DE TRANSCODIFICAÇÃO NA CLASSIFICAÇÃO ARQUIVÍSTICA.

Andrea do Prado<sup>1</sup>, Luis O. S. Rocha<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mestre em Ciência da informação, Universidade Estadual de Londrina, Brasil

<sup>2</sup>Graduando em Engenharia de Materiais, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Londrina, Brasil.

## RESUMO

A fotografia ultrapassou o álbum de família, tornando-se prova de fatos, eventos e registros históricos. Esse aumento exige guarda, recuperação e uso como documento imagético, muitas vezes baseado em protocolos de documentos escritos. Analisar sua transcodificação é relevante por revelar múltiplas possibilidades de leitura. Este trabalho buscou compreender o processo de transcodificação do documento fotográfico na organização do conhecimento, especialmente na classificação arquivística. Destaca-se o papel do profissional da informação em garantir exatidão e traduzir imagens para a linguagem dos sistemas de organização, assegurando buscas eficazes. O estudo analisou a classificação por meio da análise de conteúdo, ressaltando a importância da proveniência e da diplomática para recuperação adequada. Observou-se ainda que o usuário final pouco considera a origem quando o contexto não é de seu interesse. Assim, o estudo contribui para o debate sobre a classificação do documento fotográfico em instituições informacionais.

Palavras-chave: Documentos, Organização, arquivos e Fotografia.

## INTRODUÇÃO

A fotografia é um canal de transmissão de informação e é também um elemento de representação que assegura que recortes da vida cotidiana sejam mantidos para a posteridade, transmitindo mensagens codificadas no formato visual.

Lunardelli (2007) faz uma reflexão sobre a intencionalidade da comunicação e assegura que o emissor expressa um desejo de influenciar ou conseguir a adesão do receptor sobre o que se quer afirmar e, que as formas de ação e interação variam de acordo com o evento comunicativo.

Sob esse enfoque evidencia-se que cada usuário da imagem fará a sua leitura, assim como a construção social do fotógrafo irá se refletir na imagem. Custódio (1997 apud BONI, 2000), apresenta o conceito de tradução, que o fotógrafo tem quando escolhe uma cena para registro.

O autor defende a palavra traduções para definir os trabalhos fotográficos e relata que ao cumprir uma pauta jornalística, ou procurar cenas, pessoas e objetos que representem a ideia que tencionava registrar, procura elementos que possam traduzir a ideia em imagem fotográfica.

Relata ainda que a falta de domínio profundo da linguagem pode influenciar na tradução correta de seus sentimentos e percepções em imagens (CUSTÓDIO apud BONI, 2000, p.39).

Em relação à organização do conhecimento, a fixação de uma imagem em um suporte é uma ação primordial para manter as interações sociais e perpetuar as ações humanas com certa nitidez.

Pode-se afirmar que no processo de organização desse material, a primeira coisa que vem à mente de profissionais da informação é a identificação dos termos que possibilitarão materialização da cena, antes mesmo de qualquer tentativa de desenvolver significados ou potencialidades implícitas na imagem.

Esta prática se consolida em torno da disciplina Arquivística que ao longo dos anos lida com os desafios de identificar as fontes de informação (produto), estabelecer relações concretas de vínculo com a origem (produtor) e informar o 16 usuário (receptor) conferindo-lhe valor comprobatório ou documental do ponto de vista institucional ou pessoal.

No âmbito da Arquivística, os elementos de transcodificação<sup>1</sup>na classificação do documento fotográfico poderão evidenciar as relações inerentes ao processo de criação da imagem, que subsidiarão, por sua vez, a ordenação dos documentos e a construção de significados, comparando a imagem à sua própria verdade, tanto na dimensão subjetiva quanto na objetiva, tornando acessível o conhecimento registrado.

A impossibilidade humana de acumulação e processamento de todo conhecimento disponível reforça a dependência cada vez maior de sistemas de organização do conhecimento. Nessa perspectiva a Ciência da Informação tem dado

sua contribuição, provendo conceitos e métodos para organizar o conhecimento de diferentes formas, mostrando-se um universo criativo, capaz de preservar a autenticidade documental e explorar a riqueza de linguagens retratadas na imagem fotográfica enquanto canal de informação.

## INSTRUMENTOS TEÓRICO-METODOLOGICO

De acordo com os fundamentos teóricos da classificação arquivística os conceitos incidem sobre a identificação da instituição, seu contexto histórico, sua trajetória, as funções e atividades acumuladoras de documentos. Esse levantamento parte da estrutura, da forma como o poder administrativo é organizado, bem como os níveis de autoridade e a linha de comando no sentido vertical.

Tais esforços, voltados para a construção do plano de classificação presume a figura de um classificador, o arquivista. Esse agente classificador, precisa de formação adequada sobre as bases teóricas e metodológicas para a aplicação de tais preceitos arquivísticos, contribuindo assim, efetivamente para a organização do arquivo, seja no estabelecimento das classes documentais, seja no atendimento às exigências de extensão das operações.

Na hipótese de mudanças organizacionais, a classificação funcional dificilmente altera seus elementos aos quais se apoia. As funções de bases normalmente permanecem, por isso a classificação se apresenta como mais objetiva e estável.

A diplomática que teve sua origem no século XVII, na França como um método para comprovar a autenticidade dos documentos, se relaciona de forma muito próxima com o verdadeiro e com a finalidade do documento. Para Bellotto (2002) a diplomática e a arquivística se dedicam ao mesmo resultado “no tratamento documental”, embora tenham aplicações diferentes.

**Quadro 1 – Campo de aplicação entre diplomática e tipologia documental**

<b>Diplomática</b> deve estabelecer/ reconhecer:	<b>Arquivística</b> deve estabelecer/ reconhecer:
1. Autenticidade relativamente à espécie/conteúdo/finalidade;	1. Origem/ proveniência;
2. Datação;	2. Vinculação à competência, funções atividades da entidade acumuladora;
3. Origem/proveniência;	3. Associação entre espécie e o tipo documental;
4. Transmissão/tradição documental;	4. Conteúdo
5. Fixação do texto.	5. Datação

**Fonte:** Adaptado de Belloton (2002, p. 21)

De acordo com Bellotto (2002) a diplomática preza pela autenticidade do documento de arquivo, organizado por espécie, configurando o documento de acordo com a disposição e a natureza das informações nele contidas e a arquivística configura a espécie documental de acordo com a atividade que a gerou estabelecendo assim o tipo documental e a organicidade das séries documentais.

Considerando os avanços tecnológicos e a necessidade de uma adequação aos métodos de trabalho em arquivos, incluído os documentos imagéticos, incontestavelmente úteis na sociedade.

A teoria arquivística inibe a prática de classificação por assunto justamente por juntar diferentes origens documentais em funções de uma ordem própria ou recorte temático, e esse tema, no universo dos arquivos é indicado como exceção ou atividade complementar.

Embora na investigação da literatura arquivística apareça o emprego dos Princípios de Proveniência e da Ordem Original como base classificatória dos

arquivos, os métodos diplomáticos demonstram influenciar no tratamento dos trâmites legais dos documentos.

À medida que os documentos vão sendo acumulados estabelecem relações entre si criando um elo determinante para a sua razão de existirem quanto conjunto indivisível das ações intelectuais do ambiente organizacional, desta forma, o estudo diplomático do documento fotográfico poderá vir a propiciar conhecimentos peculiares no entendimento do contexto para legitimidade dos fatos para o estabelecimento tipológico.

## ANÁLISE E DISCUSSÃO

Visualizar a técnica é próprio do convededor ou estudioso da fotografia enquanto mecanismo de captação de imagem, olhando para dentro e apenas para esta imagem.

A hipótese de que **a identificação de imagem pelo usuário não se dá pelos caminhos estipulados pela ciência da informação, mas por aspectos estéticos**, é a possibilidade que se levanta quando uma simples descrição seria satisfatória a este usuário.

Para ambos os casos, há momentos em que a máquina mais parece um brinquedo, em que a manipulação intencional e a manifestação da linguagem podem deturpar os sentidos da imagem. Na contemporaneidade a fotografia é tida como ícone da representação, em muitos casos assume o papel de facilitadora aos consumidores de informação.

Após a leitura e separação do material, e antes da análise dos textos, em um exercício de experimentação empírica, foi proposta a identificação de uma imagem em dois espaços virtuais, por pessoas aleatórias.

Considerando que os documentos são produtos das atividades diárias, registros de vestígios para entender a história das organizações, sejam elas públicas, privadas ou familiares, não basta a identificação do objeto, é preciso classificá-lo de maneira que este reflita a organização.

Desta forma, os indicadores apresentados a seguir foram elaborados para validar a hipótese criada:

- Identificação da origem do documento fotográfico;
- Identificação dos elementos diplomáticos;
- Identificação do tipo do documento fotográfico;
- Classificação do documento fotográfico.

Após a elaboração da hipótese nesta primeira fase da análise de conteúdo, resta a análise propriamente dita.

Desta forma, na sequência, será exposta a interpretação tirada das leituras e do experimento empírico, os quadros abaixo serão utilizados para demonstrar a análise da transcodificação do documento fotográfico na classificação arquivística. Os quadros foram estabelecidos tendo como referência o trabalho de Santos, Innarelli e Sousa (2008, p. 89-90), e divididos em quatro blocos para melhor visualização e discussão.

**Quadro 2 – Construção do Termo**

<b>1. Termo</b>	Transcodificação
	Conversão
	Transcrição
	Tradução
	Codificação

**Fonte:** Elaborado pela autora

O quadro acima, apresenta os termos utilizados para a busca inicial (Transcodificação, Conversão, Transcrição, Tradução e Codificação). Na análise de conteúdo, a busca qualitativa parte de pressupostos levantados através da leitura sobre o tema em questão, neste caso a classificação e o documento fotográfico. A definição destes termos guiará o restante da discussão no sentido simbólico do conceito, uma vez que os sentidos apresentados não são de único significado possibilitando algumas diferentes perspectivas.

Os termos identificados na leitura exploratória que mais se aproximavam do conceito chave deste trabalho, ou seja, o conceito de transcodificação, estão descritos no quadro 3. Cabe ressaltar que a aproximação destes não valida o termo como de igual peso no trabalho, mas tem sim o papel de aproximar e/ou simplificar o entendimento que o conceito de transcodificação não consegue exprimir no seu detalhamento teórico.

**Quadro 3 - Construção do Conceito**

<b>2. Conceito</b>		
Codificar	Substituição de objetos, sentimentos e ideias por signos convencionais com o propósito de comunicação.	MENEZES; CUNHA; HEEMANN, 2004
Converter	Mudança de forma ou qualidade, sem a mudança de substância, da essência.	Dicionário Online Priberan, 2013
	Modificação das formas de registro da informação, no que se refere à tradução, codificação, estrutura dos dados etc., objetivando a possibilidade de intercâmbio entre dois ou mais serviços ou sistemas, que utilizam convenções e métodos diversos.	CUNHA, 2008
	Processo pelo qual um registro bibliográfico impresso é transformado em registro legível por máquina.	
	Processo de tradução da informação, de um sistema de representação para outro sistema.	
(documentos)	Transferência de um documento analógico para formato digital, por exemplo; a criação de um ficheiro de texto a partir de um documento de papel, usando um scanner.	SOUSA, 2008
	(código) Uma série de sinais codificados em uma série de sinais de um código diferente.	CLASON, 1976
Traduzir	(conceitos) A segunda etapa da indexação de assuntos, envolve a conversão da análise conceitual de um documento num determinado conjunto de indexação.	MENEZES; CUNHA; HEEMANN, 2004
	Mudança de uma forma de representação para outra, sem que seu conteúdo seja afetado.	CUNHA, 2008
	Conversão de uma linguagem para outra, geralmente de uma linguagem natural para outra linguagem natural ou artificial.	
Transcodificar	Passagem de uma linguagem para outra.	SMITE, 1987
	Tradução em código diferente. Podemos nos apropriar também da definição de converter.	Dicionário Online Priberan, 2013
Transcrever	Reprodução textual de um documento escrito ou sonoro.	BRASIL, 2005
	Escrever com um sistema de caráter o que está escrito em outro.	BUONOCORE, 1976
	Método literal com o desejo de reproduzir o documento de maneira fiel. Também é possível atender as necessidades do leitor, tornando-o (o documento) acessível e compreensivo mesmo com pequenas diferenças do original	

**Fonte:** Elaborado pela autora

O quadro 3 apresenta a visão de diferentes autores sobre os termos expostos no quadro 2. Cada autor irá apresentar uma visão para os conceitos em questão, que poderão ser convergentes em alguns momentos e divergentes em outros. Estes momentos de aproximação e distanciamento são naturais quando se tem como pressuposto as seguintes observações: a) o sentido que o autor pretende expressar para determinado conceito pode coincidir com o sentido percebido pelo leitor do mesmo; b) o sentido do texto apresentado poderá ser diferente de acordo com cada leitor; c) o autor poderá emitir uma mensagem, e diferentes leitores poderão captá-la

com sentidos diferentes; e por fim, d) um texto pode expressar um sentido do qual o próprio autor não esteja consciente (MORAES, 1999).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões em torno do documento fotográfico, especialmente na classificação mostram que ainda há um terreno fértil para novas discussões e inserções. Algumas das principais preocupações referem-se às técnicas usuais, geralmente partindo das informações veiculadas pela imagem, sem por vezes, contextualizar o documento em termos arquivísticos.

Durante a construção deste trabalho foi possível observar que os usuários e sujeitos produtores do documento fotográfico ao serem submetidos à identificação de uma imagem demonstraram práticas contrárias às propostas pela Organização da Informação, mas também, e principalmente, pelos princípios arquivísticos, ainda que haja uma ou outra discussão teórica sobre o processo classificatório desses materiais. O que se percebe é que a imagem fotográfica está atrelada ao conceito de um retrato congelado da realidade, muitas vezes perdido no tempo e no espaço.

As categorias relacionadas no estudo possibilitaram o aprofundamento sobre a transcodificação da imagem para fins de classificação. Permitiram identificar os principais elementos da classificação arquivística, e a relação dos princípios arquivísticos com a diplomática para resguardar a informação comprobatória, seja para fins de informação ou de recuperação do documento.

Neste sentido, o presente trabalho abre portas para novos estudos, novas inferências, novas afirmações, a fim de se tornarem referências sobre o processamento e identificação da fotografia e outros documentos imagéticos. O trabalho não tem fim em si mesmo. É preciso ampliar as bases de estudos e aplicação de novos testes, pondo em prática as lições obtidas a partir das leituras, observações e análises aqui apresentadas.

## REFERÊNCIAS

BERNARDES, I. P. (Coord.). Gestão documental aplicada. São Paulo: Arquivo Público do Estado de São Paulo, 2008.

BERNARDES, I. P.; DELATORRE, H. Gestão documental aplicada. São Paulo: Arquivo Público do Estado de São Paulo, 2008.

BERNARDI, A. J. Informação, comunicação, conhecimento: evolução e perspectivas. *TransInformação*, Campinas, v. 19, n. 1, p. 39-44, jan./abr. 2007.

BLAIR, D. C. Information retrieval and the philosophy of language. *Annual Review of Information Science and Technology*, White Plains, v. 37, p. 2-50, 2003.

BONI, P. C. O discurso fotográfico: a intencionalidade de comunicação no fotojornalismo. Tese (Doutorado) - ECA, USP, São Paulo, 2000.

BRASIL. Lei nº 8.159, de 08 de janeiro de 1991. Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8159.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8159.htm)>. Acesso em: 17 abr. 2025.

BUONOCORE, D. Diccionario de bibliotecología. Buenos Aires: Marymar, 1976.

BRÄSCHER, M.; CAFÉ, L. Organização da Informação ou Organização do Conhecimento?. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9., 2008, São Paulo. Anais... São Paulo: ANCIB, 2008.

CAMPOS, M. L. A. Linguagem documentária: teorias que fundamentam sua elaboração. Niterói: EdUFF, 2001.

LUNARDELLI, R. S. A. Preservação da face: estratégias discursivas na fala dos alunos de Biblioteconomia da UEL, Londrina. 2007. Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2007.

MACHADO, A. Fotografia em mutação. *Revista Nicolau*, Londrina, v. 1, n. 49, p. 14-15, jul./ago. 1993.

MARTÍN-POZUELO CAMPILLOS, M. P. La construcción teórica en archivística: el principio de procedencia. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid, 1996.

MCGARRY, K. J. O contexto dinâmico da informação: uma análise introdutória. Brasília: Briquet de Lemos; Lauro de Freitas: Livros, 1999.

MENEZES, E. M.; CUNHA, M. V.; HEEMANN, V. M. Glossário de análise documentária. Londrina: AVECIN, 2004.

MIGUEL, M. L. C. A fotografia como documento: uma instigação à leitura. Acervo: Revista do Arquivo Nacional, Brasília, v. 6, n. 1/2, jan./dez. 1993.

MIRANDA, M. L. C. A organização do conhecimento e seus paradigmas científicos: algumas questões epistemológicas. Informare: Cadernos do Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 64-77, 1999.

MORAES, R. Análise de conteúdo. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

# Gastronomia e Patrimônio Cultural Londrinense

# **GASTRONOMIA E PATRIMÔNIO CULTURAL LONDRINENSE**

## **INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO**

O trabalho de Sayonara Stefany Armelin apresenta um estudo abrangente sobre a gastronomia como patrimônio cultural imaterial na cidade de Londrina, Paraná. A pesquisa investigou as influências negras, indígenas e regionais que moldaram a identidade gastronômica local, utilizando metodologia qualitativa baseada em pesquisa bibliográfica e documental. O objetivo principal foi aprofundar os vínculos entre gastronomia e patrimônio imaterial, identificando pratos e práticas londrinenses que podem ser considerados bens culturais dignos de inventário.

O estudo fundamenta-se na importância do patrimônio cultural como elemento de compreensão histórica e identitária de uma comunidade. Segundo o Art. 216 da Constituição Federal de 1988, constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial que carregam referências à identidade, ação e memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira. A gastronomia londrinense enquadra-se perfeitamente nesta definição, sendo transmitida de geração em geração e gerando sentimento de identidade e continuidade cultural.

## **PATRIMÔNIO CULTURAL E O PAPEL DO IPHAN**

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), criado em 1937 a partir de projeto elaborado por Mário de Andrade, constitui uma das instituições mais antigas do país dedicada exclusivamente à preservação do patrimônio cultural. Como autarquia federal vinculada ao Ministério da Cidadania, o IPHAN é responsável pela proteção e promoção dos bens culturais brasileiros, incluindo a fiscalização e aplicação de medidas contra danos e ameaças a esses bens.

O patrimônio cultural divide-se em duas categorias principais: material e imaterial. O patrimônio material refere-se a bens físicos tangíveis como monumentos, sítios arqueológicos e acervos museológicos. Já o patrimônio imaterial abrange práticas intangíveis como saberes, ofícios, modos de fazer, celebrações e formas de expressão que se manifestam na vida social das comunidades. A gastronomia situa-se nesta segunda categoria, constituindo um bem cultural imaterial de significativa importância para a identidade londrinense.

## **CONTEXTO HISTÓRICO DA FUNDAÇÃO DE LONDRINA**

A história de Londrina iniciou-se oficialmente em 10 de dezembro de 1934, com nome escolhido em homenagem a Londres pelo Dr. João Domingues Sampaio. A cidade surgiu através do projeto colonizador da Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP), que em 1925 adquiriu 515 mil alqueires de terras férteis entre os rios Paranapanema, Ivaí e Tibagi. O projeto visava desenvolver e ocupar os "vazios demográficos" do território paranaense, estabelecendo Londrina como sede da companhia.

O café desempenhou papel fundamental no desenvolvimento econômico e social da região. Durante a década de 1960, Londrina destacou-se como "Capital Mundial do Café", contribuindo significativamente para a produção global. As terras férteis de "terra

roxa" do terceiro planalto paranaense foram essenciais para o florescimento das plantações cafeeiras, gerando prosperidade que contribuiu para a modernização regional com construção de infraestrutura urbana, estradas, ferrovias, escolas e hospitais.

Entretanto, as geadas devastadoras dos anos 1960 e 1970 abalaram a indústria cafeeira, levando muitos produtores a reconsiderar a viabilidade do cultivo. A soja emergiu como cultura concorrente, mudando significativamente o cenário agrícola. Apesar dos desafios, o café lentamente se recuperou, introduzindo o conceito de cafés especiais que perdura atualmente.

## DIVERSIDADE ÉTNICA E INFLUÊNCIAS GASTRONÔMICAS

### Imigração Italiana

Os italianos constituíram o maior grupo de imigrantes em Londrina, com aproximadamente 770 famílias atraídas por anúncios de terras férteis vendidas a preços baixos. Em 1935, segundo relatórios da CTNP, foram vendidos 476 lotes para italianos, demonstrando sua significativa presença na colonização inicial. Personalidades como Filippo Foggia, João Milanez e Domingos Pellegrini contribuíram para o desenvolvimento da cidade.

A gastronomia italiana introduziu pratos como polenta com fubá, almeirão com bacon, bacalhau, doce de abóbora, tagliatelle, tortellini e molho bolonhês. As "mammas" preparavam massa fresca caseira, especialmente tagliatelle e tortellini, frequentemente ficando até a madrugada para prepará-las. Esses pratos eram posteriormente cozidos em caldo de galinha, caracterizando a simplicidade e o preparo caseiro da alimentação italiana local.

### Imigração Japonesa

A chegada dos japoneses ao Brasil ocorreu em 18 de junho de 1908, pelo navio Kasato Maru. Em Londrina, fizeram-se presentes desde o início da ocupação, compondo a primeira caravana de compradores que chegou em dezembro de 1929. Oito japoneses, acompanhados por Hikomo Udihara, adquiriram terras em março de 1930 na Gleba do ribeirão Cambé.

Os japoneses introduziram ingredientes como caqui, maçã, pera, acelga, espinafre japonês, brotos de feijão e bambu, rabanete e abóbora cabota. Entre os pratos tradicionais estão o Shirô Gohan (arroz japonês sem tempero), Misoshiru (sopa de pasta de soja fermentada), Moti (bolinho de arroz glutinoso), Natto (grãos de soja fermentados), Tsukemono (conservas de gengibre, cenoura e acelga) e Sashimi (peixe fresco fatiado).

## Imigração Árabe

A colônia árabe de Londrina é a segunda maior do país, com cerca de 15 mil habitantes, sendo grande parte de origem libanesa. A gastronomia árabe chegou por volta dos anos 1960 com Michel Dakkache e sua esposa Salime, que fundaram em 1965 o restaurante Kiberama, oferecendo pratos como charuto de repolho, tabule, esfiha, kafta, hummus e falafel. Atualmente, o comércio árabe no centro da cidade demonstra a forte presença cultural através de lojas que vendem roupas, toalhas e enxovais típicos.

## Imigração Alemã

A comunidade alemã destacou-se como influente em Londrina, contribuindo para o desenvolvimento agrícola com técnicas avançadas de cultivo, fundação de instituições educacionais, religiosas e sociais. O Hackbraten, prato tradicional alemão preparado com mistura de carne bovina e suína moída, acompanhado de purê de batatas e molho, representa um símbolo

da economia e criatividade culinária alemã, sendo transmitido de geração em geração.

## Imigração Espanhola

A emigração espanhola para o Brasil teve raízes em fatores socioeconômicos e políticos dos séculos XIX e XX, incluindo instabilidade política, guerras civis e condições agrárias precárias. Os espanhóis trouxeram contribuições arquitetônicas com telhados de cerâmica, varandas ornamentadas e detalhes em ferro forjado, além de tradições gastronômicas como paella, gazpacho, tapas, churros, tortilla española e sangria. Os churros merecem destaque especial, evoluindo desde sua introdução pelos árabes na Península Ibérica até sua adaptação brasileira com doce de leite e café.

## GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL

A gastronomia londrinense constitui patrimônio cultural imaterial significativo, resultante da diversidade étnica que caracterizou a formação histórica da cidade. A fusão culinária criou identidade gastronômica própria, manifestando-se em pratos como churros com doce de leite e café, sushi com ingredientes locais, massas com molhos adaptados, kafta em churrascos e hackbraten com acompanhamentos tropicais.

A cidade mantém viva sua herança cultural através de eventos anuais como Matsuri Expo Japão, Oktoberfest de Londrina, Festival da Cultura Árabe, Festa da Polenta e festivais de flamenco. Estes eventos não apenas preservam tradições, mas também atraem turistas, promovem intercâmbio cultural, geram oportunidades econômicas, fortalecem a identidade local e educam novas gerações sobre diversidade cultural.

A pesquisa identificou estabelecimentos históricos que podem ser considerados patrimônio cultural da cidade, como Bar Brasil, Globo Bar do Jaime, Kiberama, Valentino e Bar Viação. Estes locais foram fundados durante os primeiros anos de urbanização e permanecem funcionando, representando a continuidade histórica gastronômica londrinense.

## **RECONHECIMENTO E PRESERVAÇÃO**

Um destaque especial merece os queijos artesanais produzidos pelo Rancho Seleção, que receberam reconhecimento nacional e internacional. O "Precioso", queijo tipo parmesão maturado por um ano, conquistou medalha Super Ouro no Mundial do Queijo em Araxá. O "Queijo do Vovô", queijo fresco com temperos naturais, também recebeu medalha Super Ouro no 3º Mundial do Queijo do Brasil. Outros produtos premiados incluem "Queijo Pé Vermelho" e "Queijo Paraná", ambos medalhistas de ouro, além dos tradicionais doces de leite.

A preservação cultural ocorre através de múltiplos agentes: famílias imigrantes transmitindo receitas geracionalmente, instituições de ensino documentando receitas tradicionais e pesquisando patrimônio gastronômico, e associações culturais como Centro Cultural Japonês, Associação Ítalo-Brasileira, Centro Espanhol do Paraná, Associação Cultural Árabe e Clube Alemão de Londrina.

## **CONCLUSÃO**

A pesquisa conclui que a gastronomia londrinense representa patrimônio cultural imaterial de inestimável valor, resultado da síntese única das tradições culinárias trazidas pelos imigrantes e adaptadas aos ingredientes e paladar local brasileiro. Esta fusão criou identidade gastronômica própria que caracteriza a região,

manifestando-se em pratos representativos, estabelecimentos históricos e produtos artesanais de excelência reconhecidos nacional e internacionalmente.

O estudo serve como subsídio fundamental para elaboração de inventário gastronômico e livro de receitas, contribuindo significativamente para preservação e valorização do patrimônio cultural alimentar de Londrina. A documentação destes saberes tradicionais garante sua transmissão para futuras gerações, fortalecendo a identidade cultural local e reconhecendo a importância da diversidade étnica na formação da cultura londrinense.

A gastronomia transcende o aspecto nutricional, tornando-se expressão viva da memória coletiva, elemento integrador que reforça vínculos sociais e consolida práticas comunitárias como elementos de reconhecimento e pertencimento cultural. Portanto, sua preservação e valorização constituem compromissos essenciais com a história e identidade da cidade de Londrina.

# Transformando ideias em Startups: O impacto da UniFil Incubadora no Ecossistema de Inovação

Rafaela Kwinee Silva da Cunha;  
Mariana Marques Bertozzi;  
Sergio Akio Tanaka

# TRANSFORMANDO IDEIAS EM STARTUPS: O IMPACTO DA UNIFIL INCUBADORA DE NO ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO

Rafaela Kwinee Silva da Cunha;

Mariana Marques Bertozzi;

Sergio Akio Tanaka

## RESUMO

Este artigo apresenta a Incubadora de Startups da UniFil, um programa focado no desenvolvimento de negócios inovadores, com o objetivo de transformar ideias promissoras em startups de sucesso. O programa, que teve início como centro de empreendedorismo em parceria com o SEBRAE, foi reestruturado em 2023 para intensificar a modelagem de negócios oriundos de hackathons e eventos de inovação. A metodologia baseia-se no modelo Lean Startup e está organizada em quatro etapas: Modelagem de Negócio, Prototipação e Validação Tecnológica, Validação de Mercado e Pitch. Cada fase é acompanhada de mentorias e atividades práticas, visando o desenvolvimento de competências empreendedoras e a construção de modelos de negócios sólidos. O framework de inovação da UniFil integra diversos ambientes de apoio à criação e aceleração de ideias, como o Lab Business e o TechLab, contribuindo para o fortalecimento do ecossistema de inovação local. A incubadora atende tanto a comunidade acadêmica quanto empreendedores externos, oferecendo infraestrutura, mentorias especializadas e acesso a redes estratégicas.

**Palavras-chave:** Incubadora; Inovação; Startup; Empreendedorismo; Mentorias.

## 1. INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias digitais, aliado à crescente demanda por soluções inovadoras, tem impulsionado o surgimento de novos modelos de negócio baseados no empreendedorismo de base tecnológica. Nesse cenário, as incubadoras de startups surgem como instrumentos fundamentais para apoiar o desenvolvimento de ideias inovadoras, conectando o conhecimento acadêmico às necessidades do mercado. Elas oferecem um ambiente estruturado para que empreendedores possam testar, validar e escalar suas soluções com maior segurança e eficiência.

A UniFil Incubadora de Startups foi criada com o propósito de fomentar o empreendedorismo e a inovação dentro do ambiente universitário e também junto à comunidade externa. Seu surgimento representa a continuidade e ampliação das ações iniciadas pelo antigo centro de empreendedorismo da instituição, criado em 2016 em

parceria com o SEBRAE. Após um período de interrupção causado pela pandemia da COVID-19, a UniFil reestruturou sua proposta em 2023, com foco em transformar ideias promissoras; muitas delas oriundas de hackathons e eventos de ideação; em negócios viáveis e sustentáveis.

## **2. OBJETIVOS**

Este trabalho tem como objetivo geral fomentar o desenvolvimento de startups inovadoras por meio da UniFil Incubadora de Startups, utilizando a metodologia Lean Startup e oferecendo suporte técnico, formativo e estrutural para a incubação de cinco startups ao longo de doze meses, com foco na excelência e expansão dessas iniciativas no mercado. De forma específica, busca-se implementar metodologias ágeis para validação de ideias, executar os quatro módulos de incubação (Modelagem de Negócios, Prototipação e Validação Tecnológica, MVP e Validação Mercadológica, e Pitch), promover uma trilha formativa composta por oficinas e palestras, oferecer infraestrutura e consultorias especializadas aos empreendedores e estimular o empreendedorismo local, integrando as startups ao ecossistema de inovação de Londrina, atraindo talentos, investimentos e contribuindo para a geração de empregos e desenvolvimento regional.

## **3. METODOLOGIA**

A metodologia adotada neste trabalho baseia-se no modelo Lean Startup, focado na validação rápida de ideias por meio de ciclos de experimentação, aprendizado e adaptação. O programa da UniFil Incubadora de Startups foi estruturado em quatro etapas: Modelagem de Negócio, Prototipação e Validação Tecnológica, MVP e Validação Mercadológica e Pitch. As startups participantes passaram por oficinas, mentorias quinzenais e trilhas formativas que utilizam ferramentas como o Business Model Canvas e testes de validação de mercado. Os critérios de avaliação incluíram a maturidade dos modelos de negócio e validação do MVP. A escolha dessa abordagem se justifica por sua eficácia no desenvolvimento de negócios inovadores em estágios iniciais.

## **4. RESULTADOS**

O Framework de Inovação da UniFil se apresenta como resultado de uma estrutura organizada, planejada pela UniFil Tech, a qual visa fomentar o ecossistema de inovação, empreendedorismo e tecnologia dentro da instituição. Ele integra diversos ambientes e iniciativas voltadas à criação, desenvolvimento e aceleração de ideias, startups e soluções inovadoras.

O framework é composto por vários ambientes de inovação: Lab Business, UniFil Incubadora de Startups, Hub HeathTech, EngLab e o TechLab. Alguns desses ambientes já são credenciados pelo Sistema Estadual de Ambientes Promotores de Inovação do Paraná (SEPARTEC) e outros, além do credenciamento, recebem fomento financeiro do Estado, o que evidencia o reconhecimento e a relevância regional da estrutura desenvolvida.

## **5. DISCUSSÃO**

O programa oferece infraestrutura com espaço de coworking equipado com internet de alta velocidade e salas para reuniões e eventos, além de mentorias e consultorias que prestam apoio técnico e gerencial nas áreas de marketing, finanças, jurídico e tecnologia. Proporciona ainda networking, facilitando o acesso a eventos e parcerias estratégicas, e capacitações através de workshops e formações especializadas para o desenvolvimento dos participantes.

## **6. CONCLUSÕES**

A Incubadora de Startups da UniFil representa um marco significativo no ecossistema de inovação da cidade de Londrina, promovendo a cultura empreendedora ao oferecer um apoio estruturado para o desenvolvimento de ideias inovadoras. Desde a sua origem, com ações de empreendedorismo em parceria com o SEBRAE, até à sua consolidação como um programa autônomo em 2023, a incubadora tem vindo a conectar talentos acadêmicos e membros da comunidade externa a oportunidades reais de crescimento. Espera-se que, com a consolidação deste modelo e o fortalecimento das parcerias institucionais, a incubadora continue a expandir o seu impacto, contribuindo para a formação de novos empreendedores e impulsionando o desenvolvimento socioeconômico da região.

# Hubs de Inovação no Turismo: O Papel Estratégico do Estudante de Design gráfico

Rafaela Mulari Paiva Antonio

## HUBS DE INOVAÇÃO NO TURISMO: O PAPEL ESTRATÉGICO DO ESTUDANTE DE DESIGN GRÁFICO

Rafaela Mulari Paiva Antonio

Centro Universitário Filadélfia - UniFil, rafaelamulari@edu.unifil.br

### RESUMO:

O InovaTur é um projeto que transforma ideias em ações para um turismo conectado, inovador e sustentável. Alinhado às diretrizes de desenvolvimento do setor, o projeto contribui para atender demandas, fortalecer iniciativas locais e gerar impacto positivo no ecossistema turístico.

Com a iniciativa do Visite Londrina Convention em parceria com a Unifil e o apoio financeiro da Fundação Araucária, o InovaTur promove ações estratégicas que incluem: HackaTur, processos de inovação e co-criação, desenvolvimento de protótipos e soluções, atração de talentos e investimentos, engajamento comunitário, fortalecimento da marca e marketing por meio de rodadas de negócios, Conectur, tecnologia aplicada, sustentabilidade, qualificação profissional e novas experiências para o turista. O projeto consolida-se como um hub de integração entre academia, mercado e comunidade, fomentando a inovação e a geração de novos negócios no turismo.

Este artigo apresenta uma investigação introdutória acerca da relação entre o design gráfico e a inovação no setor turístico, desenvolvida a partir da perspectiva de uma estudante caloura do curso de Design Gráfico da Faculdade Unifil. O estudo concentra-se no papel de um Hub de Inovação do Turismo, compreendido como um espaço colaborativo e interdisciplinar, no qual profissionais de diferentes áreas, incluindo design, tecnologia e direto, trabalham de forma integrada para criar soluções visuais e estratégicas voltadas ao fortalecimento de destinos turísticos. Nesse ambiente, o design gráfico assume relevância central, pois contribui não apenas para a estética, mas também para a funcionalidade, acessibilidade, comunicação eficaz e valorização cultural dos locais turísticos.

A pesquisa baseou-se em uma combinação de vivências práticas e estudo teórico, buscando compreender como o design gráfico pode intervir na elaboração de identidades visuais, sinalizações acessíveis, materiais de divulgação impressos e digitais, como logotipos, banners, posts para redes sociais e outros conteúdos voltados à promoção turística. Através da observação participante, da coleta de materiais produzidos no hub e da análise de referências bibliográficas, foi possível identificar que o design não se restringe à criação de elementos visuais, mas atua como ferramenta

estratégica capaz de potencializar a experiência do visitante, aumentar a atratividade dos destinos e fortalecer a identidade cultural e regional.

Além disso, a pesquisa destacou que mesmo estudantes em fase inicial de formação acadêmica podem desempenhar papéis significativos em processos criativos de impacto, ao aplicar conhecimentos adquiridos de forma prática e colaborativa. A participação em projetos reais dentro do hub permitiu à estudante caloura vivenciar a dinâmica de trabalho em equipe, compreender as demandas do mercado e desenvolver competências técnicas e conceituais que complementam o aprendizado teórico. Essa experiência contribuiu para o amadurecimento profissional, estimulando habilidades de comunicação, criatividade, planejamento visual e resolução de problemas, fundamentais para a atuação do designer gráfico no contexto turístico.

O estudo também evidencia a importância dos Hubs de Inovação como ambientes propícios à experimentação, à interdisciplinaridade e à criação de soluções inovadoras. Tais espaços promovem a integração entre diferentes saberes, permitindo que estudantes e profissionais trabalhem de forma colaborativa na concepção de estratégias visuais que atendam às necessidades dos destinos turísticos, das comunidades locais e dos visitantes. Nesse sentido, o design gráfico torna-se uma ponte entre a criatividade, a tecnologia e a funcionalidade, contribuindo para a construção de experiências turísticas mais inclusivas, memoráveis e culturalmente enriquecedoras.

Por fim, este artigo reforça a relevância de integrar estudantes em início de formação a contextos práticos desde os primeiros semestres acadêmicos, ampliando sua visão sobre a aplicabilidade do design gráfico no mundo real e promovendo experiências de aprendizado que extrapolam os limites da sala de aula. A pesquisa evidencia que, quando articulado a processos de inovação e interdisciplinaridade, o design gráfico tem potencial para atuar como um agente estratégico de desenvolvimento turístico, social e cultural, contribuindo para a criação de destinos mais atrativos, acessíveis e competitivos.

Palavras-chave: design gráfico; turismo; inovação; identidade visual; hubs de inovação; criatividade; experiência do visitante.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo é atualmente um dos setores com maior potencial de crescimento econômico, social e cultural, desempenhando papel estratégico no desenvolvimento de muitas regiões. Segundo reportagem publicada pelo

Governo Federal, intitulada “Turismo se firma como pilar de crescimento econômico no Brasil e na América Latina”, o Brasil registrou arrecadação histórica de quase R\$ 4 bilhões (US\$ 791 milhões) apenas no mês de abril, provenientes de turistas estrangeiros, representando o maior valor já registrado para o mês desde o início da série histórica em 1995. De acordo com o Banco Central, esse montante corresponde a um aumento de 29,3% em relação ao mesmo período de 2024, e no acumulado do primeiro quadrimestre de 2025, a receita do turismo internacional atingiu US\$ 3,01 bilhões, configurando uma alta de 20% em relação ao ano anterior. Esses números evidenciam a importância do setor não apenas para a economia nacional, mas também para o fortalecimento social e cultural de cidades que dependem do turismo como eixo central de desenvolvimento.

Diante das constantes transformações sociais, tecnológicas e culturais, o setor turístico tem buscado inovar e se reinventar permanentemente. Nesse cenário, os Hubs de Inovação surgem como ambientes estratégicos voltados à experimentação, à criatividade e à colaboração interdisciplinar, oferecendo espaços em que profissionais de diferentes áreas podem trabalhar de forma integrada para o desenvolvimento de soluções inovadoras. Estes espaços reúnem especialistas em design gráfico, tecnologia, administração, direito, marketing e outras áreas, de modo a unir competências complementares em prol do fortalecimento e da promoção de destinos turísticos.

O design gráfico, em particular, assume papel central nesse contexto, pois vai muito além da dimensão estética: envolve a criação de experiências significativas para o visitante, a construção de identidades visuais consistentes, a comunicação clara e acessível, e a valorização da cultura local por meio de elementos visuais cuidadosamente elaborados. Para estudantes em início de formação, como calouros do curso de Design Gráfico, esse ambiente representa uma oportunidade concreta de vivenciar práticas profissionais desde os primeiros semestres, permitindo aplicar conhecimentos adquiridos na academia em projetos de impacto real, enquanto se desenvolvem habilidades técnicas, criativas e de trabalho colaborativo.

O presente trabalho tem como propósito refletir sobre a importância do design gráfico no contexto de um Hub de Inovação do Turismo, a partir da experiência e da perspectiva de uma estudante caloura de Design. Busca-se compreender de que maneira mesmo o olhar iniciante pode se integrar a um ambiente de inovação colaborativa, contribuindo para soluções visuais que promovam comunicação eficaz, inclusão, acessibilidade e experiências turísticas mais atrativas e eficientes. Paralelamente, a pesquisa destaca a relevância da inserção prática precoce no mercado de trabalho, extrapolando

os limites da sala de aula, fomentando o aprendizado interdisciplinar e possibilitando a construção de uma base sólida para a formação profissional. Assim, o estudo evidencia que o design gráfico não se limita à produção de materiais visuais, mas atua como uma ferramenta estratégica capaz de potencializar a competitividade turística, fortalecer a identidade cultural e promover impactos sociais positivos, reafirmando a importância de integrar estudantes em experiências práticas desde os estágios iniciais de sua formação acadêmica.

## 2. OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo geral investigar de que forma o design gráfico pode contribuir com soluções visuais e comunicacionais no contexto de um Hub de Inovação do Turismo, considerando como ponto de partida a vivência e a perspectiva de uma estudante caloura do curso de Design. A pesquisa busca compreender de que maneira o olhar iniciante do estudante pode se integrar a um ambiente de inovação colaborativa, proporcionando contribuições relevantes para a concepção de estratégias visuais voltadas à promoção do turismo, ao mesmo tempo em que possibilita o aprendizado de metodologias complexas de trabalho em equipe, gestão de projetos interdisciplinares e processos criativos aplicados em contextos reais de atuação profissional.

Entre os objetivos específicos, destaca-se a análise aprofundada do papel dos Hubs de Inovação no estímulo ao turismo local e regional, observando sua atuação como polos criativos, dinâmicos e interdisciplinares, capazes de articular conhecimento acadêmico, experiências práticas e demandas do mercado de forma integrada. A pesquisa também se propõe a examinar a aplicação concreta do design gráfico em iniciativas ligadas ao setor turístico, com ênfase na criação de identidades visuais coesas e consistentes, sinalizações acessíveis, materiais promocionais impressos e digitais, bem como na construção de experiências visuais capazes de intensificar a atratividade, fomentar a inclusão social e valorizar a identidade cultural de um destino.

Também tentamos constantemente pesquisar e aprender sobre o turismo local e ações que envolvem ele, pesquisar e outros projetos que lembram o projeto inovatur e conhecer outros olhares além dos olhares padrões que já conhecemos.

Outro objetivo relevante consiste em refletir criticamente sobre o processo de aprendizado da estudante ao ser inserida em um contexto real de atuação profissional, identificando desafios enfrentados, avanços alcançados e

contribuições possíveis. Este processo envolve o desenvolvimento de competências técnicas avançadas, mediante o domínio de softwares do pacote Adobe, bem como o aprimoramento de habilidades de comunicação, criatividade aplicada, pensamento crítico, capacidade de adaptação e tomada de decisão frente a demandas complexas, evidenciando a importância do engajamento precoce em experiências práticas para a formação integral do designer gráfico. Com esse

Além disso, o estudo objetiva identificar e explorar oportunidades para a integração de estudantes em início de formação em projetos colaborativos que envolvam turismo, inovação e comunicação visual, destacando o potencial do design gráfico como instrumento estratégico capaz de fortalecer experiências turísticas, gerar impacto social positivo e contribuir para o desenvolvimento econômico, cultural e territorial de uma região. Por meio da análise de vivências práticas, registros detalhados de observação participante e reflexões teóricas aprofundadas, este trabalho busca articular fundamentos clássicos e contemporâneos do design com práticas aplicadas, oferecendo subsídios consistentes para futuras iniciativas acadêmicas e profissionais que valorizem a criatividade, a interdisciplinaridade, a inovação e a responsabilidade social no setor turístico.

### 3. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo e exploratório, fundamentada em revisão bibliográfica e observação participante, com o intuito de compreender de forma aprofundada o papel do design gráfico na promoção da comunicação, da inclusão e da acessibilidade no setor turístico. A revisão teórica contempla autores de referência internacional, como Norman (2006), que discute o design centrado no usuário, enfatizando a importância de soluções que atendam às necessidades e expectativas dos indivíduos de maneira intuitiva e eficaz, e Mace (1998), que apresenta os princípios do design universal, priorizando a criação de ambientes e produtos acessíveis a todas as pessoas, independentemente de suas condições físicas ou cognitivas. Estes conceitos servem como base para a construção metodológica, orientando a pesquisa no sentido de valorizar práticas que conciliam acessibilidade, usabilidade e inovação.

Além da fundamentação clássica em design, a pesquisa incorpora diretrizes contemporâneas do setor turístico, incluindo as recomendações da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2020), que destacam a importância da inovação, da sustentabilidade e da experiência do visitante como fatores estratégicos para o desenvolvimento turístico. Estudos recentes sobre

inovação no turismo também foram analisados, assim como o Plano Aquarela, cujo objetivo principal é promover o Brasil internacionalmente como destino turístico competitivo de longo prazo, fortalecendo sua presença e imagem global. Esse plano representa um marco relevante na história do turismo brasileiro, servindo de referência para compreender políticas públicas voltadas à promoção e valorização de destinos.

A etapa prática da pesquisa envolve a participação da autora, estudante caloura de Design Gráfico, em um Hub de Inovação do Turismo, espaço que permite observar de forma direta a aplicação do design em contextos reais. Neste ambiente, a estudante tem a oportunidade de registrar suas experiências por meio de anotações reflexivas, produção de registros visuais e análise de materiais gráficos utilizados no hub, possibilitando compreender como estratégias visuais podem influenciar a experiência do visitante, facilitar a navegação e tornar o turismo mais inclusivo.

Com base neste processo, busca-se integrar o estudo teórico à prática profissional, de modo que o conhecimento prévio adquirido na revisão bibliográfica sirva de referência para novas criações e intervenções visuais. A metodologia proposta configura, assim, um percurso investigativo que articula fundamentos clássicos e contemporâneos do design à experimentação prática em um ambiente inovador, favorecendo a produção de soluções visuais estratégicas, criativas e socialmente relevantes. Ao unir teoria e prática, a pesquisa evidencia como o design gráfico pode atuar não apenas como ferramenta estética, mas como instrumento de transformação social, contribuindo para experiências turísticas mais inclusivas, acessíveis e memoráveis.

## 5. DISCUSSÃO

A participação em um Hub de Inovação do Turismo evidenciou, mesmo sob a perspectiva inicial de uma caloura de Design Gráfico, a importância estratégica da comunicação visual na construção da experiência do visitante. Elementos como sinalização, identidade visual, material gráfico impresso, interfaces digitais e plataformas online desempenham papel central na percepção de um destino turístico, influenciando não apenas sua atratividade, mas também a acessibilidade, a clareza das informações e a facilidade de navegação do público. Na prática, foi possível perceber como pequenas decisões de design, como a escolha de tipografia, cores de logotipos ou o estilo de ilustrações, podem impactar significativamente a percepção do visitante e a experiência global em um espaço turístico.

A vivência prática no hub demonstrou que o design gráfico vai muito além de aspectos estéticos, podendo atuar de maneira estratégica na valorização de

espaços, serviços e experiências. Quando fundamentado nos princípios do design centrado no usuário (Norman, 2006) e do design universal (Mace, 1998), o design se torna um instrumento de inclusão, acessibilidade e funcionalidade, capaz de atender a diferentes perfis de usuários de forma intuitiva e eficiente. Tais abordagens reforçam a necessidade de soluções visuais que respeitem a diversidade cultural, social e cognitiva do público-alvo, promovendo clareza, identidade local e coesão visual nos materiais produzidos.

Mesmo com experiência acadêmica ainda limitada, a estudante pôde participar da elaboração de propostas visuais que equilibrassem criatividade, inovação e usabilidade. Esse envolvimento permitiu compreender, na prática, como decisões de design impactam diretamente na experiência do usuário e como pequenas alterações em elementos visuais podem transformar a percepção e interação do público com o ambiente. A inserção precoce em projetos reais possibilitou uma imersão na dinâmica do mundo corporativo e destacou a relevância do trabalho interdisciplinar, evidenciando como a integração entre designers, gestores, profissionais de turismo e outros especialistas é fundamental para a criação de soluções integradas e eficazes. O ambiente multidisciplinar do hub também favoreceu uma intensa troca de conhecimentos entre estudantes e profissionais de diferentes áreas, criando oportunidades para aprendizado colaborativo e desenvolvimento de competências transversais. Foram observadas práticas de co-criação, sessões de brainstorming e feedback contínuo, que permitiram à estudante expandir sua visão sobre processos criativos, metodologias de inovação e aplicação de ferramentas digitais. Além disso, a experiência ressaltou o papel do design gráfico como instrumento de transformação social, capaz de gerar impactos positivos não apenas na experiência do visitante, mas também na valorização da cultura local, na promoção da inclusão e na disseminação de práticas sustentáveis no turismo.

Outro aspecto relevante observado foi a dimensão educativa do hub como espaço de aprendizado mútuo, no qual os estudantes puderam ensinar e aprender simultaneamente. Trocas de conhecimento ocorreram em diversas frentes: desde a exploração de novos sites e plataformas digitais desconhecidas, passando por funcionalidades de softwares de design, até dicas práticas de organização e comunicação em aplicativos de mensagens como WhatsApp. Essas interações evidenciam que o aprendizado em um hub de inovação não se limita ao desenvolvimento técnico, mas envolve também habilidades sociais, de colaboração, adaptabilidade e resolução de problemas complexos.

Dessa forma, a participação em um Hub de Inovação do Turismo se mostra como uma experiência transformadora para estudantes em início de formação acadêmica, contribuindo para a construção de competências técnicas, criativas, estratégicas e sociais. Ao mesmo tempo, reforça a necessidade de uma abordagem acadêmica que dialogue com as demandas reais do mercado, promovendo a formação de profissionais críticos, colaborativos, orientados para a inovação e capazes de gerar impactos positivos na sociedade e na indústria turística.

O ensino superior em Turismo no Brasil teve sua consolidação a partir da década de 1970, quando, em meio a movimentações políticas para a regulamentação da atividade turística, reconheceu-se a necessidade de formar profissionais qualificados para atender às demandas do setor. A criação dos primeiros cursos de graduação representou um marco relevante, pois possibilitou o desenvolvimento de competências técnicas e teóricas específicas, fortalecendo o turismo como área de conhecimento e prática profissional. Atualmente, a relevância do turismo se mostra ainda mais significativa, configurando-se como um dos principais vetores de desenvolvimento econômico, social e cultural. Além de gerar emprego e renda, a atividade contribui para a valorização do patrimônio histórico-cultural e para a integração de comunidades locais ao mercado turístico. Dessa forma, o investimento na formação acadêmica de profissionais da área é essencial para assegurar práticas inovadoras e sustentáveis que atendam às transformações contemporâneas do setor (UTFPR, ano).

## 6. CONCLUSÕES

A inserção de uma estudante caloura de Design Gráfico em um Hub de Inovação do Turismo constituiu uma experiência formativa extremamente rica e significativa, evidenciando de maneira concreta como o design gráfico pode atuar como um agente transformador no desenvolvimento do setor turístico. Mesmo em fase inicial de formação acadêmica, foi possível aplicar conhecimentos fundamentais de comunicação visual em iniciativas voltadas à sinalização, identidade visual, criação de materiais digitais, branding de destinos e soluções de acessibilidade, demonstrando que o design, quando aliado à inovação, à interdisciplinaridade e à prática profissional, possui um potencial expressivo para influenciar de forma direta a experiência do visitante, a percepção e a valorização de um destino turístico.

A participação em atividades práticas no hub permitiu compreender que estes espaços funcionam como ambientes propícios à experimentação, à troca de saberes e à construção colaborativa de soluções criativas. Ao aproximar o

aprendizado acadêmico das demandas concretas do mercado, os hubs oferecem um cenário de imersão real que contribui para a formação de profissionais mais conscientes, adaptáveis e preparados para atuar em contextos complexos. Tal inserção precoce proporciona aos estudantes a oportunidade de vivenciar processos de design centrados no usuário, conforme preconizado por Norman (2006), e de refletir sobre princípios de acessibilidade e inclusão, em consonância com o design universal de Mace (1998). Essa experiência promove a compreensão de que decisões aparentemente simples de design como escolha de cores, tipografia, ícones e disposição visual de informações impactam diretamente a clareza da comunicação e a satisfação do público.

Além do desenvolvimento de habilidades técnicas e criativas, a experiência evidenciou a relevância do papel do designer como agente social. A atuação em projetos reais permitiu à estudante perceber como o design gráfico pode contribuir não apenas para a estética de um espaço, mas também para a inclusão de diferentes públicos, a valorização da cultura local, a promoção da identidade regional e a construção de experiências memoráveis para os visitantes. O engajamento em um ambiente multidisciplinar reforçou ainda a importância do trabalho colaborativo, estimulando a interação com profissionais de diversas áreas, como turismo, tecnologia, administração e comunicação, fortalecendo competências essenciais, como comunicação eficaz, resolução de problemas complexos, pensamento crítico, criatividade aplicada e adaptação a demandas diversas.

Outro aspecto relevante observado foi o caráter de aprendizado mútuo proporcionado pelo hub. A troca constante de conhecimento entre estudantes e profissionais, seja por meio de instruções sobre novas ferramentas digitais, funcionalidades de softwares de design, organização de fluxos de trabalho ou dicas práticas de comunicação, evidencia que o processo formativo não se restringe ao domínio técnico, mas envolve também habilidades interpessoais, cognitivas e estratégicas. Essa dinâmica demonstra que a inserção precoce em projetos reais possibilita não apenas o desenvolvimento de competências individuais, mas também a construção de um senso coletivo de responsabilidade e criatividade compartilhada, essencial para a inovação no setor turístico. Dessa forma, a participação em um Hub de Inovação do Turismo reforça a importância do aprendizado prático desde os primeiros semestres da graduação, promovendo a formação de profissionais capazes de compreender as demandas do mercado, colaborar de forma interdisciplinar e criar soluções visuais inovadoras e socialmente responsáveis. A experiência evidencia que o design gráfico, quando articulado a processos de inovação e ambientes colaborativos, se configura

como uma ferramenta estratégica de impacto, capaz de fortalecer a competitividade turística, aprimorar a experiência do visitante, valorizar a cultura local e gerar efeitos positivos amplos tanto no setor turístico quanto na sociedade como um todo.

**REFERÊNCIAS:** NORMAN, D. A. O design do dia a dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

MACE, R. Universal design: Barrier-free environments for everyone. Designers West, v. 37, n. 1, p. 147–152, 1998.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). Diretrizes para o desenvolvimento do turismo acessível. Madri: OMT, 2020.

[GOV.BR](#) ;Turismo se firma como pilar de crescimento econômico no Brasil e na América Latina

DESPACE- UTFPR

---

# Anais E-cria 2025

## e-cria

---

#### APOIO FINANCEIRO E INSTITUCIONAL



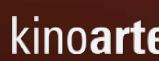
#### APOIO INSTITUCIONAL



ESPAÇO  
VILLARICA

 UniFil

#### REALIZAÇÃO

#### PATROCÍNIO



#### MEDIA PARTNERS

  Folha de Londrina