



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS

ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO  
BACHARELADO EM JORNALISMO

AMADEUS JOSÉ DA SILVA JÚNIOR

**CAMINHÃO MANIA: INSTAGRAM SOBRE O ESTILO DE VIDA DOS  
CAMINHONEIROS**

GOIÂNIA

2023

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO CURSO DE  
JORNALISMO

**CAMINHÃO MANIA: INSTAGRAM SOBRE O ESTILO DE VIDA DOS  
CAMINHONEIROS**

Trabalho de Conclusão apresentado como  
requisito para obtenção do título de Bacharel  
em Jornalismo, sob orientação da professora  
Mestre Gabriella Luccianni Morais Souza  
Calaça.

GOIÂNIA  
2023

AMADEUS JOSÉ DA SILVA JÚNIOR

CAMINHÃO MANIA: INSTAGRAM SOBRE O ESTILO DE VIDA DOS  
CAMINHONEIROS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, orientado pela Prof<sup>a</sup> Msc. Gabriella Luccianni Morais Souza Calaça.

Goiânia, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2023

COMISSÃO JULGADORA:

---

Prof.<sup>a</sup> Msc. Gabriella Luccianni Morais Souza Calaça (Presidente da Banca)

---

Prof.<sup>a</sup> Sabrina Moreira de Moraes Oliveira (Avaliadora)

---

Prof. Bernadete Coelho de Sousa (Avaliadora)

GOIÂNIA

2023

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de dedicar este espaço para expressar minha profunda gratidão a pessoas especiais que foram fundamentais para a conclusão deste trabalho de conclusão de curso.

À minha mãe, Wanda Oliveira, minha fonte inesgotável de amor e apoio. Agradeço por seu suporte emocional incansável e pelo sacrifício financeiro que tornou possível a realização desta faculdade. Sua presença constante foi meu alicerce, e este trabalho é dedicado a você.

À minha orientadora, a professora Gabriella Luccianni, meu sincero agradecimento. Sua paciência, compreensão da minha situação pessoal e disposição para me orientar apesar dos desafios foram cruciais para o desenvolvimento deste trabalho. Sua orientação vai além do acadêmico, você foi uma inspiração constante.

Aos meus amigos, que estiveram ao meu lado nos altos e baixos desta jornada acadêmica, agradeço pelo apoio emocional. Suas palavras de estímulo foram um combustível precioso nos momentos desafiadores.

À minha coordenadora de curso, Sabrina Moreira de Moraes Oliveira, meu agradecimento especial. Sua insistência e apoio foram determinantes para que eu não desistisse do curso. No último semestre e na elaboração deste trabalho, sua orientação foi um farol que me guiou.

Ao meu antigo coordenador, Antônio Carlos, que me acompanhou ao longo de 7 períodos da faculdade, expresso minha profunda gratidão. Seu apoio constante e orientação durante todo o curso foram essenciais para minha formação acadêmica.

Cada um de vocês desempenhou um papel único e significativo em minha jornada, e sou imensamente grato por ter tido a sorte de contar com suas presenças em minha vida. Este trabalho é o resultado de um esforço coletivo, e cada um de vocês contribuiu para o meu sucesso. Obrigado por fazerem parte desta conquista.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo explorar e divulgar o estilo de vida dos caminhoneiros, mostrando curiosidades da área por meio da criação de um perfil no Instagram dedicado a compartilhar conteúdos relacionados ao dia a dia desses profissionais. Para alcançar esse objetivo, realizou-se um estudo sobre o cotidiano dos caminhoneiros, suas demandas e os aspectos culturais que envolvem a profissão. O Instagram Caminhão Mania foi atualizado ao longo de 28 dias, com 15 publicações que atingiram 634 contas. As publicações foram categorizadas em editoriais que visam enriquecer o conhecimento, promover a saúde e segurança dos caminhoneiros, além de fornecer curiosidades e dicas de lazer para tornar mais agradáveis as adversidades inerentes à profissão. Foram registradas 959 visitas ao perfil

**Palavras-chave:** Caminhoneiros; Redes Sociais; Estilo de Vida; Instagram.

## **ABSTRACT**

The present work aims to explore and publicize the lifestyle of truck drivers, showing interesting facts about the area through the creation of an Instagram profile dedicated to sharing content related to the day-to-day lives of these professionals. To achieve this objective, a study was carried out on the daily lives of truck drivers, their demands and the cultural aspects that involve the profession. Instagram Caminhão Mania was updated over 28 days, with 15 publications that reached 634 accounts. The publications were categorized into editorials that aim to enrich knowledge, promote the health and safety of truck drivers, in addition to providing curiosities and leisure tips to make the adversities inherent to the profession more pleasant. 959 profile visits were recorded.

**Keywords:** Truck drivers; Social media; Lifestyle; Instagram.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - logotipo Instagram atual.....	15
Figura 2 - Perfil do instagram de @conexao_caminhao_v.....	19
Figura 3 - Tipografias escolhidas .....	21
Figura 4 - Calendário editorial .....	23
Figura 5 - Perfil @caminhaomania.....	25
Figura 6 - Métricas de principais países e principais cidades.....	26
Figura 7 - Métricas de principais localizações de países e cidades .....	27
Figura 8 - Métricas de faixa etária e gênero.....	28
Figura 9 - Interações com publicações.....	28
Figura 10 - Post do dia 27 de outubro (formato feed).....	29
Figura 11 - Post do dia 28 de outubro (formato feed).....	30
Figura 12 - Post do dia 29 de outubro (formato feed).....	31
Figura 13 - Post do dia 31 de novembro (formato feed).....	32
Figura 14 - Post do dia 01 de novembro (formato feed).....	32
Figura 15 - Post do dia 02 de novembro (formato feed).....	33
Figura 16 - Post do dia 06 de novembro (formato feed).....	34
Figura 17 - Post do dia 08 de novembro (formato carrossel feed) .....	35
Figura 18 - Post do dia 17 de novembro (formato carrossel feed) .....	36
Figura 19 - Post do dia 20 de novembro (formato carrossel feed) .....	37
Figura 20 - Post do dia 20 de novembro (formato feed).....	38
Figura 21 - Métricas Post do dia 01 de novembro (formato stories).....	39
Figura 22 - Métricas Post do dia 09 de novembro (formato stories).....	41
Figura 23 - Métricas Post do dia 09 de novembro (formato stories).....	42
Figura 24 - Post do dia 31 de novembro (formato reels) .....	44
Figura 25 - Post do dia 13 de novembro (formato reels) .....	45
Figura 26 - Post do dia 20 de novembro (formato reels) .....	46
Figura 27 - Post do dia 20 de novembro (formato feed).....	47

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2 INTERNET E SUAS CARACTERÍSTICAS</b> .....	11
2.1 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS .....	11
2.1.2 HIPERTEXTUALIDADE .....	12
2.1.3 MULTIMIDIALIDADE .....	13
2.2 INSTAGRAM .....	14
2.3 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS .....	16
<b>3 PLANEJAMENTO DO INSTAGRAM CAMINHÃO MANIA</b> .....	17
3.1 PESQUISA .....	17
3.1.1 MERCADO .....	18
3.2.1 PRODUTO DO PROJETO .....	20
3.2.2 IDENTIDADE VISUAL E CONEXÃO .....	20
3.2.3 LINGUAGEM .....	23
3.2.4 CALENDÁRIO EDITORIAL .....	23
3.2.5 MENSURAÇÃO E MONITORAMENTO .....	25
3.2.5.1 FEED .....	28
3.2.5.2 STORIES .....	39
3.2.5.3 REELS .....	43
<b>MEMORIAL</b> .....	48
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	50
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	51



## INTRODUÇÃO

O estilo de vida levado pelos profissionais de transporte, conhecidos como caminhoneiros, é uma realidade que, por muitas vezes, é desconhecida da maioria das pessoas. Esses profissionais têm grande responsabilidade no sistema de transporte de cargas e desempenham um trabalho mais do que essencial, movimentando a economia e viabilizando a funcionalidade de todos os outros setores. Analisando, assim, os caminhoneiros, fazem parte de uma categoria profissional de extrema relevância no Brasil, com jornadas extensas, muitos desafios e dedicação.

Estudar o estilo de vida, suas condições de trabalho e a sua realidade é essencial para que possamos compreender o contexto em que vivem. Além disso, neste estudo abordaremos as dificuldades enfrentadas, observando suas necessidades e estimulando a união da comunidade.

A plataforma escolhida para o presente estudo, o Instagram, surge como uma ferramenta poderosa, que tem o objetivo de divulgar conteúdos voltados para esse público específico principalmente pelo seu grande alcance. Abordaremos, ainda, a eficácia das mídias sociais como promotora de conteúdos, força econômica, de trabalho e lazer e, ainda, como elas têm feito a diferença na comunicação em geral

Neste trabalho, utilizamos estratégias de planejamento, analisando as melhores opções e os melhores horários, para que os conteúdos fossem divulgados de maneira eficaz e atrativa. Também foi desenvolvida uma identidade visual exclusiva para o projeto, com cores que remetem à força e ao trabalho dos caminhoneiros.

No total, foram realizados 15 posts entre os dias 27 de outubro e 19 de novembro de 2023. Ao longo deste período, a página obteve um crescimento expressivo no número de seguidores e de contas alcançadas, além do compartilhamento de publicações. A conta alcançou 342 seguidores e obteve 634 contas alcançadas.

Os resultados e o planejamento estão explicados no capítulo 3. O capítulo 2 é dedicado ao referencial teórico sobre mídias sociais e estratégias de planejamento nessas plataformas, a partir dos estudos de Martino (2015), Recuero (2009), Leão (2005), Canavilhas (2014), Landow (1992) Mielniczuk (2005, 2001), Scolari (2008),

Salaverría (2014), Duarte (2018), Kunsch (2003), Gabriel e Kiso (2020), Nunes, Bataghin e Costa (2020) e Faustino (2019).

## 2 INTERNET E SUAS CARACTERÍSTICAS

A internet é uma poderosa ferramenta, que tem revolucionado a forma como a sociedade se comunica, compartilha informações e interage com o que está ao seu redor. De acordo com Martino (2015), ela também pode ser definida como uma rede de computadores interconectados, que permite a troca de dados e o acesso a uma infinidade de recursos.

Além disso, a internet tem influenciado diversos setores, como educação, economia, entretenimento e, principalmente, a comunicação e as relações que, com o avanço das redes sociais, têm tomado formatos diferentes e se expandido. Neste capítulo, abordaremos os elementos que a compõem e a sua funcionalidade, baseado nos conceitos elaborados por Martino (2015), Recuero (2009), Leão (2005), Canavilhas (2014), Landow (1992) Mielniczuk (2005, 2001), Scolari (2008), Salaverría (2014), Duarte (2018), Kunsch (2003), Gabriel e Kiso (2020), Nunes, Bataghin e Costa (2020) e Faustino (2019).

### 2.1 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

Para Martino (2015), as redes sociais na internet podem ser definidas como plataformas digitais desenvolvidas para permitir interação entre muitos usuários, serem fontes de compartilhamento de informações e conectividade. Com o avanço da internet, muitas outras funcionalidades foram aplicadas a essas plataformas, que hoje são usadas para lazer, trabalho, comercial e, também, com intuito social.

Entre as características das mídias sociais estão seu caráter horizontal e a dinâmica de flexibilidade, uma vez que as conexões estabelecidas nessas plataformas e o fluxo de pessoas que entra ou deixa a rede são variáveis. Essa dinâmica, explica em Martino (2015), trata sobre a forma de interação e sua constante mudança.

“Nas redes sociais, os vínculos entre os indivíduos tendem a ser fluidos, rápidos, estabelecidos conforme a necessidade em um momento e desmanchado no instante seguinte. A noção de flexibilidade das redes sociais refere-se a essa característica dos laços existentes em uma rede — os vínculos criados podem ser transformados a qualquer momento, de acordo com sua dinâmica e com as características dos participantes.” (MARTINO, 2015, p.56)

Apesar de cada rede social possuir sua própria dinâmica e velocidade, os vínculos dos usuários costumam ser fluidos e as conexões também.

“A flexibilidade de uma rede refere-se também à sua capacidade de mudar de tamanho conforme ganha ou perde participantes em sua dinâmica. (...) Nas redes, por seu turno, conexões são criadas, mantidas e/ou abandonadas a qualquer instante, sem maiores problemas.” (Martino,2015,p.56)

As redes sociais possuem elementos característicos que, em sua maioria, são imediatamente discerníveis. Segundo Recuero (2009), um dos elementos principais são os atores, ou seja, as pessoas que se envolvem na rede. Os usuários das várias plataformas digitais moldam e estruturam os laços, que são a base das interações. Mas, há casos também em que empresas, instituições e órgãos fazem este papel, uma vez que elas também se relacionam com os seus usuários, seja por mensagem, e-mails e até mesmo um serviço de atendimento ao consumidor. O relacionamento é fundamental nas plataformas digitais.

“Uma das principais características das redes sociais é seu caráter relacional. Em uma rede, as relações entre os participantes dão o tom de seu funcionamento mais do que as características específicas de cada um” (Martino,2015,p.57).

Nota-se, então, que o que molda uma rede social hoje é a conexão e a interatividade daqueles que nela estão, em sua devida proporção. Por exemplo, para Martino (2015), um e-mail gera interatividade e relacionamento, mesmo que em uma velocidade mais lenta ou até mesmo mais superficial. Atualmente, podemos citar ainda como exemplo uma postagem no Facebook, que também gera uma conexão, mas de maneira mais rápida. Essas são características de cada plataforma, mas ambas possuem os mesmos elementos.

### 2.1.2 HIPERTEXTUALIDADE

A Hipertextualidade, conforme Ted Nelson, que cunhou o termo na década de 1960, é uma característica central no ciberjornalismo, consistindo em "uma série de blocos de texto ligados entre si por links, que formam diferentes itinerários para os leitores" (Landow, 1992). Essa abordagem é a base de documentos digitais compostos por blocos de informações interconectadas, unidas por elos associativos, ou seja, links (Leão, 2005). Canavilhas (2014) destaca que o texto se transforma em um hipertexto, constituído por blocos informativos interligados por hiperligações (links).

Mielniczuk (2005) enfatiza o papel crucial do link como agente responsável pela ligação entre os "nós" do hipertexto, proporcionando informações adicionais para a compreensão do conteúdo. Nesse contexto, a hiperligação é vista como um elemento que estabelece a conexão entre dois blocos informativos (Codina, 2003) ou como o eixo dos modelos hipermídia (Edo, 2002), desempenhando funções específicas dentro do hipertexto.

Os hiperlinks são considerados complementos ao assunto, tornando o conteúdo mais atrativo e relevante para o leitor. Canavilhas (2014) destaca que a capacidade de separar a informação em blocos ligados por hiperligações abre uma diversidade de itinerários de leitura tão vastos quanto o número de arranjos e combinações possíveis.

No novo formato de produção, gerenciamento e narrativa jornalística hipertextual, as inúmeras possibilidades de interação em rede tornam-se evidentes. Os formatos variam, incluindo textos, fotos, vídeos, gráficos, entre outros, destacando a flexibilidade proporcionada pela hipertextualidade (Canavilhas, 2014). Essa abordagem, presente desde os primórdios do termo cunhado por Ted Nelson, influencia diretamente a forma como os usuários interagem e consomem informações online, especialmente nas plataformas de redes sociais.

### 2.1.3 MULTIMIDIALIDADE

A multimídia desempenha um papel crucial nas mídias contemporâneas, conforme destacado por Mielniczuk (2001) nos estudos sobre ciberjornalismo. Ela representa a convergência de formatos das mídias tradicionais, como imagem, texto e som, na narrativa de eventos. Scolari (2008) e Salaverría (2014) ampliam esse conceito, apresentando três principais abordagens de multimídia: como multiplataforma, polivalência e combinação de linguagens.

De acordo com Deuze (2004), a multiplataforma refere-se ao uso de distintos meios para obter resultados conjuntos positivos em coberturas jornalísticas. Essa abordagem destaca a importância de utilizar diferentes plataformas digitais na criação de conteúdo, uma prática essencial na era atual.

Já Salaverría (2014) identifica três tipos de polivalência entre jornalistas: midiática, temática e funcional. A polivalência midiática envolve o trabalho simultâneo em diferentes meios, como vídeo, áudio ou texto. A temática refere-se à habilidade do jornalista em escrever sobre diversas temáticas, enquanto a funcional aborda o jornalista multitarefa, desempenhando várias funções dentro da mesma redação. A multimídia é compreendida como a combinação de linguagens, utilizando conjunta e simultaneamente diversos meios, como imagens, sons e texto, na transmissão de informações segundo Salaverría (2014). Jacobson (2010) acrescenta que a multimídia, em seu sentido mais amplo, refere-se à construção de uma narrativa por meio de mais de um meio, publicada posteriormente na web.

Seguindo o critério de Salaverría (2014), os conteúdos multimídia podem ser constituídos por diversos elementos, tais como texto, fotografia, gráficos, vídeo, animação digital, discurso oral, música, efeitos sonoros e vibração. Essa diversidade de linguagens contribui para uma comunicação mais rica e impactante. Dentro desse contexto, a memória e a base de dados são elementos fundamentais, permitindo a organização e o armazenamento eficiente de grandes quantidades de informações geradas na internet.

## 2.2 INSTAGRAM

O Instagram, uma plataforma de mídia social gratuita lançada em outubro de 2010, foi concebida para o compartilhamento rápido de fotos e vídeos entre usuários, especialmente por meio de dispositivos móveis, como smartphones. O aplicativo, idealizado pelo brasileiro Mike Krieger e pelo norte-americano Kevin Systrom, tinha, inicialmente, de acordo com PIZA (2012, p. 7) o propósito de evocar a nostalgia associada às fotografias instantâneas, como as produzidas pelas clássicas Polaroids e câmeras de filme, cujas imagens eram reveladas instantaneamente no momento do disparo.

Inicialmente disponível para dispositivos móveis com sistema operacional Apple iOS, conforme Freitas e Benini (2013, p. 20), o crescimento exponencial da base de usuários e a popularização do Instagram estão diretamente vinculados ao seu posterior desenvolvimento para o sistema operacional Android. Esse movimento estratégico revelou-se crucial, resultando em 1 milhão de downloads nas primeiras 24 horas após a disponibilização do aplicativo na Google Play Store.

**Figura 1 - logotipo Instagram atual**



**Fonte: Site oficial**

Para viabilizar a conexão entre comunidades, o Instagram permite que um usuário recente busque seus amigos no Facebook, por exemplo. Além disso, o aplicativo possui uma ferramenta de busca denominada "Explorar" – funcionalidade identificada Freitas e Benini (2013), que viabiliza a busca de usuários e hashtags, como também o acesso às imagens consideradas populares pelo Instagram naquele momento.

O usuário pode produzir conteúdo utilizando qualquer tecnologia, respeitando o formato de fotografias e vídeos, porém a publicação desse conteúdo só é possível por um smartphone. Freitas e Benini (2013), explicam que existem três possibilidades de transferência de conteúdo para o aplicativo. A primeira é fotografar utilizando o aparelho celular e disponibilizar a imagem por meio do dispositivo; como também, caso a imagem já faça parte da galeria de imagens do dispositivo, o usuário pode procurá-la e publicá-la em seu perfil; a terceira forma seria transferir para o dispositivo a fotografia que foi feita em outro aparelho para disponibilizá-la no Instagram. No entanto, apesar da possibilidade de disponibilizar imagens produzidas por outros dispositivos fotográficos, o Instagram possui uma espécie de regra entre os usuários: a de se veicular fotografias e vídeos produzidos por meio do aparelho celular.

Após produzir o conteúdo, o usuário dispõe de aproximadamente 20 filtros para personalizar a imagem. Normalmente, os filtros proporcionam às fotografias uma estética envelhecida que remete às primeiras câmeras analógicas. Segundo Freitas e Benini (2013) a popularização do Instagram viabilizou o surgimento de outros aplicativos tais como CameraPro, Camera+, InstaCollage, utilizados para editar as imagens, antes de veiculá-las no Instagram. O uso desses aplicativos de edição adicionam à imagem efeitos diferentes dos comuns, possibilitando-a se destacar entre as diversas imagens sem efeitos e filtros. Após escolher o filtro, o usuário produz uma legenda para a imagem, podendo inserir hashtags para indexar e organizar o conteúdo.

### 2.3 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS

A comunicação eficaz nas mídias sociais é essencial para o sucesso, e o planejamento desempenha um papel fundamental nesse processo. Segundo Duarte (2018), o planejamento inteligente envolve a definição clara de objetivos, eficiência na execução, identificação precisa do público-alvo, escolha adequada da plataforma e estabelecimento de um calendário editorial. Kunsch (2003) destaca que o planejamento é um ato de inteligência, um processo racional-lógico que envolve estudos, diagnósticos, decisões, estabelecimento de objetivos, estratégias e avaliação de resultados.

Gabriel e Kiso (2020) ressaltam que um planejamento bem elaborado permite que as empresas definam metas específicas, como o aumento do engajamento e alcance do público-alvo, a promoção de novos produtos ou ideias, além de contribuir para a construção da identidade da marca. A análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) é apontada por Kunsch (2003) como uma ferramenta de diagnóstico crucial para orientar a escolha de estratégias.

A escolha da plataforma digital, como exemplificado por Duarte (2018), deve ser embasada em pesquisa, considerando os interesses do público-alvo. Gabriel e Kiso (2020) enfatizam que o marketing de conteúdo é um aliado valioso no planejamento para mídias, definindo-o como o processo de criação de conteúdo relevante para atrair, adquirir e envolver o público de interesse.

O calendário editorial, conforme Nunes, Bataghin e Costa (2020), desempenha um papel crucial na organização e publicação de conteúdos interessantes. Faustino



(2019) destaca a importância de definir o tipo de conteúdo, necessidades técnicas, hashtags, público-alvo e outras considerações para construir um calendário editorial eficaz.

O monitoramento constante, conforme Duarte (2018), é vital, sendo descrito como o "novo clipping". Gabriel e Kiso (2020) ressaltam que as análises das métricas confirmam a eficiência das estratégias, orientando ajustes necessários. Em suma, o planejamento bem estruturado, embasado em objetivos claros, análises de público e escolhas estratégicas, é essencial para o sucesso nas mídias sociais.

### **3 PLANEJAMENTO DO INSTAGRAM CAMINHÃO MANIA**

Neste capítulo, serão abordados os aspectos culturais e sociais da vida dos caminhoneiros e o planejamento do Instagram Caminhão Mania.

#### **3.1 PESQUISA**

Os caminhoneiros, como pilares fundamentais da economia brasileira, desempenham um papel crucial no transporte de mercadorias por todo o país. Responsáveis por distribuir alimentos, combustíveis, materiais de construção, medicamentos, e uma vasta gama de produtos, sua atuação é central para o funcionamento eficiente da cadeia logística nacional.

De acordo com Silva e Oliveira (2019), embora a profissão tenha evoluído consideravelmente ao longo dos anos, nem sempre foi reconhecida como tal. Inicialmente, a desconfiança pairava sobre os caminhoneiros devido às condições precárias das estradas e à falta de conforto nos veículos. No entanto, com o avanço da tecnologia, a melhoria das rodovias e das condições de trabalho, a profissão se desenvolveu, tornando-se vital no panorama econômico do país.

Conforme identificado por Fernandes (2020), os desafios enfrentados pelos caminhoneiros no Brasil incluem longas jornadas de trabalho, condições precárias e falta de segurança. Jornadas exaustivas de 12 horas ou mais, estradas deterioradas e a ausência de medidas de segurança adequadas são obstáculos diários que impactam diretamente a qualidade de vida desses profissionais.

Mesmo desempenhando um papel essencial na economia, os caminhoneiros enfrentam a invisibilidade na sociedade brasileira, como apontado por Santos e

Oliveira (2021). A falta de reconhecimento e valorização da profissão se apresenta como mais um desafio a ser superado.

A cultura dos caminhoneiros, conforme destacado por Camargo (2018), é marcada por valores como solidariedade, companheirismo e a paixão pela estrada. Esta comunidade, corajosa e dedicada, forma uma teia forte e unida, refletindo os desafios compartilhados e a busca pela superação.

Para transformar a realidade dos caminhoneiros, é crucial que a sociedade reconheça a importância vital de sua profissão. Medidas devem ser implementadas para aprimorar as condições de trabalho e de vida desses profissionais, conforme ressaltado por Silva e Oliveira (2019), Fernandes (2020), Miranda (2019) e Camargo (2018).

Dentre as recomendações para melhorar as condições dos caminhoneiros estão a redução das jornadas de trabalho, a melhoria das condições das rodovias, o aumento da segurança nas estradas, a redução dos preços dos combustíveis, a valorização da profissão e a conscientização da sociedade sobre a importância vital desses profissionais.

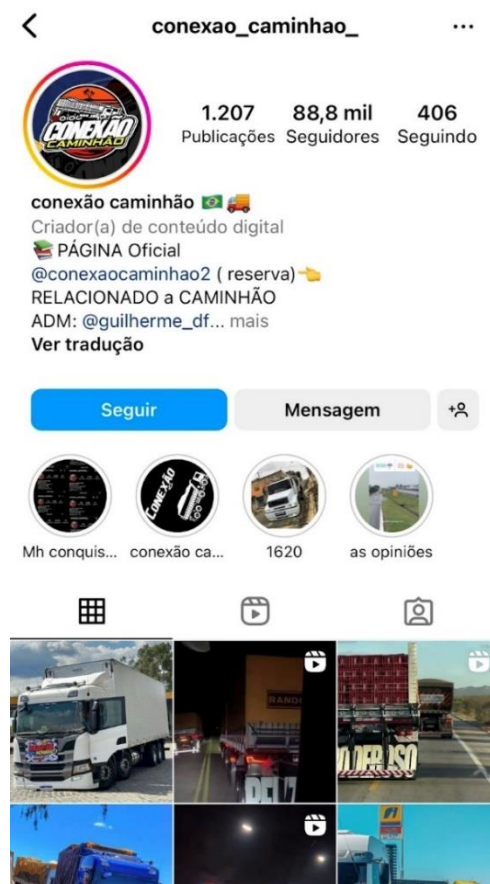
Nesse contexto, o Ministério da Infraestrutura (2023) enfatiza a necessidade de adotar medidas concretas para aprimorar as condições de trabalho e de vida dos caminhoneiros. A implementação dessas ações não apenas elevaria a qualidade de vida desses profissionais, mas também garantiria que continuassem desempenhando um papel essencial na economia brasileira.

### 3.1.1 MERCADO

Levando em consideração o estudo realizado e o conhecimento obtido sobre o dia a dia e o cotidiano dos caminhoneiros, foi observado um crescente uso de redes sociais que, hoje, facilitam a comunicação e aproximam os usuários, ao mesmo tempo em que há uma lacuna existente na plataforma Instagram, na qual há pouco conteúdo sobre caminhões e o estilo de vida dos profissionais.

Na pesquisa realizada, foi notada uma ausência de um perfil consistente voltado para o caminhoneiro. Atualmente, o maior perfil no Instagram é o da página @conexao\_caminhao\_, que possui 88,8 mil seguidores, com 1.207 publicações realizadas e 406 contas seguidas.

Figura 2- Perfil do instagram de @conexao\_caminhao\_v



Fonte: @conexao\_caminhao\_

Ao analisarmos as publicações realizadas pelo perfil, notamos que mesmo sendo um perfil grande e de relevância, utiliza muito de multimídia, como vídeos e fotos, mas, há pouca ou quase nenhuma informação no feed, apenas imagens de modelos de caminhões, ficando um conteúdo mais voltado para os admiradores dos veículos e menos informativos. Em seus stories, comumente são postados vídeos, e enquetes que geram interatividade.

Também foram observados os perfis @brasilcaminhoneiro, @instacaminhao\_ @planetacaminhao que possuem ampla relevância e compartilham informações,

porém podem atrapalhar na criação de um novo conteúdo. Assim, após essa análise, a criação do perfil do projeto teria que se propor a ser diferente, adicionando conteúdos de relevância, como curiosidades, informações importantes, para alcançar o público e adquirir interatividade, assim, possibilitando chances de crescimento e alcance.

### 3.2.1 PRODUTO DO PROJETO

O produto deste projeto foi a criação do Instagram Caminhão Mania, com o intuito de publicar conteúdos personalizados sobre caminhões e o estilo de vida dos caminhoneiros, promovendo interação entre os seus seguidores e compartilhando informações. Além de buscar a conexão entre os profissionais do país, o perfil ofertou posts informativos, de entretenimento, curiosidades, dicas e imagens de alguns profissionais ao redor do Brasil.

A página visou um público majoritariamente masculino, com idade entre 25 e 55 anos, motoristas profissionais e também usuários do Instagram que possuem interesse nos assuntos trabalhados.

### 3.2.2 IDENTIDADE VISUAL E CONEXÃO

A página Caminhão Mania se propõe a ser um diferencial no ambiente digital, falando com este público de uma maneira não antes realizada, assim, fez-se necessário a criação de uma identidade visual bem definida e exclusiva, que auxiliou com que a marca se fizesse presente na memória daquele que está consumindo o conteúdo.

A escolha da tipografia correta é essencial para um estilo visual consistente, transmitindo a mensagem da marca criada e a sua essência.

Para este projeto, foram escolhidas duas fontes. Para a palavra Caminhão, primeira parte da logo, foi utilizada a fonte เอฟซี ฟาสท์เทสท์ e para a palavra Mania, foi utilizada a fonte Kingsland. As duas foram aplicadas em maiúsculo e com itálico, e tem um caráter mais retrô, além de buscar transmitir seriedade e compromisso, assim como o ideal da marca. A mistura de fontes também representa criatividade, se assimilando com o que a marca propõe.

**Figura 3** - Tipografias escolhidas



**Fonte:** *o autor*

Dentro dos posts, as tipografias escolhidas foram Montserrat, Opens Sans, Roxborough, LOVELO e League Spartan. A escolha destas fontes se deve ao fato de que os posts possuem uma variedade de formatos, alguns de caráter informativo, outros, mais divertidos e que remetem a curiosidades. Apesar da variedade de fontes aplicadas, todas elas são usadas em maiúscula, ou, popularmente chamada caixa alta. Assim, ao variar os tipos de fonte, o usuário já consegue perceber qual formato/tipo de conteúdo ele receberá.

A logo é o primeiro contato visual da marca com o público e, por isso, ela deve ser idealizada para transmitir a mensagem que a marca quer passar.

Normalmente, além da grafia do nome, pode ser acompanhada de uma imagem, um símbolo, um emblema ou uma sigla, com componentes que remetem ao tema.

Neste projeto, a logo criada possui a silhueta de um caminhão, acompanhado do nome Caminhão Mania. Complementando isso, temos um fundo colorido e um formato circular, facilitando a aplicação em materiais e colaborando com a essência da marca.

Além da logo, foram também escolhidas as cores que predominaram os materiais criados.



Para a escolha das cores ideais, foi realizada a pesquisa da psicologia das cores, que auxiliou no processo de selecionar e combinar as cores de maneira que pudessem agregar aos materiais e representar todo o conceito já criado.

#### **Amarelo:**

A cor amarela, frequentemente associada a energia, otimismo e positividade, foi escolhida considerando o público-alvo dos caminhoneiros. Nesse contexto, Pinto (2016) destaca a associação do amarelo à energia e otimismo. Além disso, Meyer & Paraíso (2012) observam que nas estradas, sinais de advertência e sinalização frequentemente usam tons de amarelo para atrair a atenção dos motoristas.

#### **Verde Escuro:**

O verde, relacionado à natureza e ambiente, em sua variante escura, evoca a sensação de florestas e estradas arborizadas. Pinto (2016) ressalta a associação do verde à natureza, enquanto Meyer & Paraíso (2012) destacam que o verde escuro pode criar uma conexão visual com o ambiente natural frequentemente percorrido pelos caminhoneiros, transmitindo uma sensação de estabilidade e segurança.

#### **Branco:**

A escolha do branco, cor neutra e versátil, funciona como pano de fundo, permitindo que outros elementos visuais se destaquem. Pinto (2016) enfatiza a neutralidade e versatilidade do branco, enquanto Meyer & Paraíso (2012) destacam sua leveza visual, facilitando a leitura de texto e a visualização de elementos visuais.

#### **Preto:**

O preto, cor neutra e atemporal, serve como pano de fundo destacando outras cores e conteúdos visuais. Pinto (2016) destaca a neutralidade do preto, enquanto Meyer & Paraíso (2012) observam sua atemporalidade e versatilidade, proporcionando uma base sólida para a identidade visual resistir ao teste do tempo.

A junção dessas cores visa criar uma identidade visual coesa, conectando-se visualmente com a experiência dos caminhoneiros e reforçando a presença da comunidade no Instagram.

### 3.2.3 LINGUAGEM

A linguagem utilizada no projeto se manteve formal e básica, utilizando palavras e expressões do dia a dia dos caminhoneiros, mas, mantendo sempre uma estrutura simples, principalmente porque, em sua maioria, os conteúdos eram de dicas e informações, por isso, precisavam ser de fácil associação e interesse.

### 3.2.4 CALENDÁRIO EDITORIAL

Um calendário editorial para o Instagram é uma ferramenta essencial para a gestão estratégica de conteúdo nesta plataforma de mídia social. Segundo KUNSCH (2003), ele é projetado para planejar, programar e coordenar as postagens ao longo do tempo, proporcionando uma visão estruturada das atividades de produção de conteúdo digital. Este calendário não apenas ajuda a manter uma consistência na publicação de conteúdo, mas também permite a antecipação e planejamento de temas relevantes, eventos sazonais e publicações específicas. Além disso, ao programar postagens com antecedência, o calendário editorial facilita a manutenção de uma presença ativa e engajadora, enquanto libera tempo para interações em tempo real com a audiência.

O calendário contribui para a construção de uma identidade de marca coesa, aumenta o alcance orgânico e otimiza a eficácia das estratégias de alcance no Instagram. As atualizações da conta foram realizadas do dia 27 de outubro até o dia 20 de novembro de 2023.

**Figura 4** - Calendário editorial

<b>DATA</b>	<b>EDITORIA</b>	<b>FORMATO</b>
27/10	Apresentação do Instagram	Feed
28/10	Qual você escolhe?	Feed
29/10	Você sabia?	Feed

31/10	Seus direitos!	Feed
31/10	Caminhoneiro da Semana	Reels
01/11	Dia de Todos os Santos	Feed
02/11	Dia de Finados	Feed
06/10	Qual você escolhe?	Feed
08/11	Saúde em primeiro lugar!	Carrossel
09/11	Diário de Bordo	Stories
13/11	Passa tempo na estrada	Reels
13/11	Diário de Bordo	Stories
16/11	Qual você prefere?	Stories
16/11	Qual você prefere?	Stories
16/11	Importância da manutenção	Carrossel
17/11	Diário de Bordo	Stories
20/11	Informativo: Caminhões que podem ser dirigidos com carteira B	Carrossel
20/11	Seus direitos!	Reels
20/11	Qual você escolhe?	Feed
20/11	Informativa: Sistema de frenagem de emergência	Reels
20/11	Diário de Bordo	Stories
20/11	Diário de Bordo	Stories

Fonte: O autor

O calendário editorial estruturado para o Instagram do Caminhão Mania abrange diversas editorias, proporcionando uma abordagem abrangente e envolvente. A seção "Seus direitos", utilizada no feed, destaca tópicos relacionados à legislação trabalhista dos caminhoneiros, visando conscientizar os motoristas sobre seus direitos fundamentais. Em "Saúde em primeiro lugar", apresentado em formato de carrossel no feed, são compartilhadas dicas essenciais para que os motoristas possam cuidar da sua saúde durante as jornadas na estrada, oferecendo exemplos práticos.

Os Reels, por meio da editoria "Passa tempo na estrada," apresentam vídeos curtos nos quais a narração pessoal é utilizada para fornecer recomendações de filmes e séries com temática caminhoneira, proporcionando entretenimento para os entusiastas da profissão. A editoria de "Datas comemorativas" no feed destaca



eventos relevantes que se alinham ao perfil dos caminhoneiros, promovendo engajamento em torno dessas ocasiões especiais.

A interatividade é enfatizada na editoria "Qual você escolhe?" presente no feed e nos stories, apresenta comparativos entre modelos de caminhões, incentivando os seguidores a participarem através de comentários ou enquetes. Por fim, a inclusão de curiosidades e postagens informativas no meio caminhoneiro enriquece o conteúdo, contribuindo para a construção de uma comunidade engajada e informada. Esse planejamento editorial abrangente e diversificado visa atender às necessidades e interesses variados da audiência, fortalecendo a presença digital do Caminhão Mania no Instagram.

### 3.2.5 MENSURAÇÃO E MONITORAMENTO

O perfil "Caminhão Mania" no Instagram é mais do que uma página dedicada a caminhões, é uma comunidade que visa o entretenimento e a partilha de informações importantes sobre a vida dos motoristas de caminhão. No período de 27 de outubro a 20 de novembro de 2023, a página apresentou 15 publicações, compreendendo 10 feeds, 3 carrosséis e 4 reels. A estratégia adotada durante esse período incluiu não apenas informar, mas também cuidar do bem-estar dos caminhoneiros, mantendo-os atualizados sobre as principais notícias que impactam seu dia a dia.

Durante essa jornada de 26 dias, o perfil foi monitorado diariamente, analisando métricas cruciais, como número de seguidores, curtidas, comentários e compartilhamentos. Ao final do período, o perfil conquistou um impressionante aumento de 339 seguidores, destacando o interesse significativo gerado pela abordagem única de "Caminhão Mania".

**Figura 5** - Perfil @caminhaomania



**Fonte:** Instagram @caminhaomania

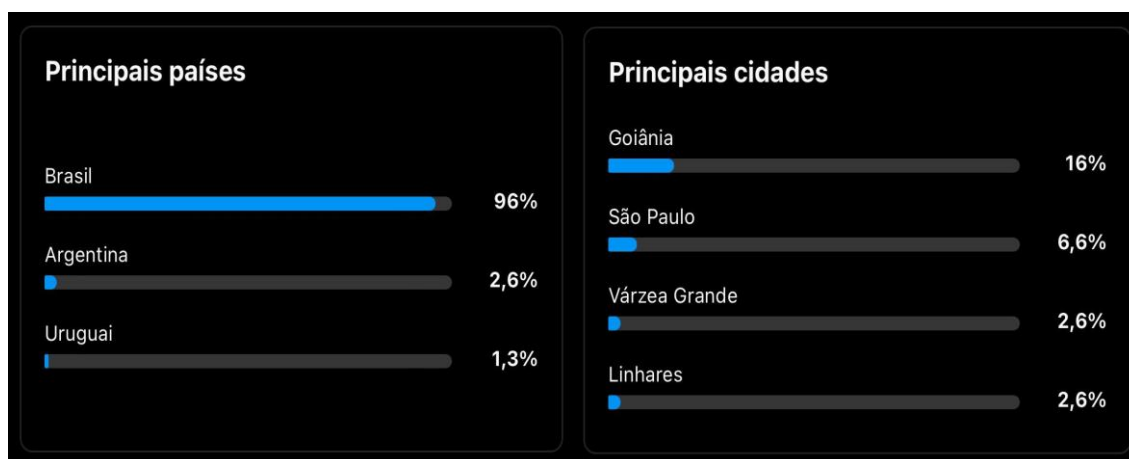
Entre as diversas publicações, os Stories da editoria "Qual você escolhe?" se destacaram, envolvendo os seguidores em enquetes sobre os modelos de caminhões preferidos. Esses Stories foram estrategicamente publicados no período da tarde, entre 13h e 18h, correspondendo ao melhor momento de engajamento dos seguidores. A abordagem interativa da enquete provou ser particularmente eficaz em atrair a atenção da audiência.

A estratégia de diversificar os formatos de publicação revelou-se crucial para o sucesso do perfil. Desde publicações carrossel no feed até stories, reels, enquetes e hashtags, cada formato foi habilmente empregado para manter a variedade e incentivar uma participação mais profunda dos seguidores.

Em resumo, o período analisado foi marcado por um crescimento expressivo do perfil "Caminhão Mania", demonstrando a eficácia das estratégias adotadas. O engajamento constante da audiência reflete o valor que a página agrega à comunidade de motoristas de caminhão, tornando-se uma fonte confiável de entretenimento e informações relevantes

Ao longo de 30 dias, o Caminhão Mania alcançou 634 contas e registou 959 visitas ao perfil. A presença do público se concentrou no Brasil, representando 96% do alcance total, com as três principais cidades sendo Goiânia-GO (16%), São Paulo-SP (6,6%) e Várzea Grande-MT (2,6%). Essas métricas ressaltam a amplitude e quantidade de visitas como indicadores positivos, mostrando que o conteúdo divulgado foi capaz de capturar a atenção de um considerável número de usuários.

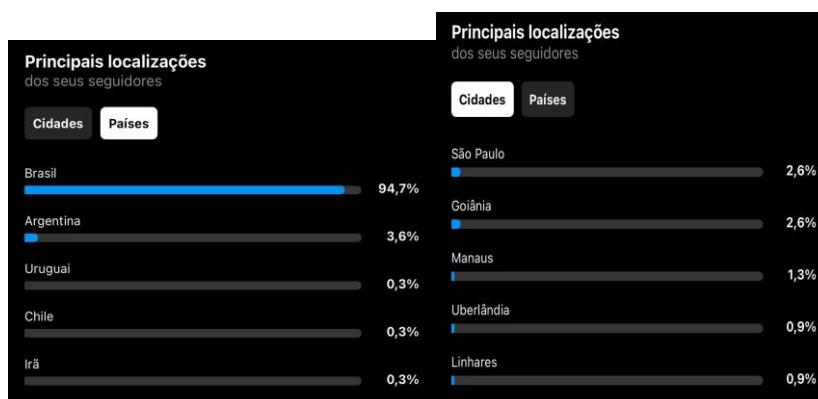
**Figura 6** - Métricas de principais países e principais cidades



Fonte: Instagram @caminhaomania

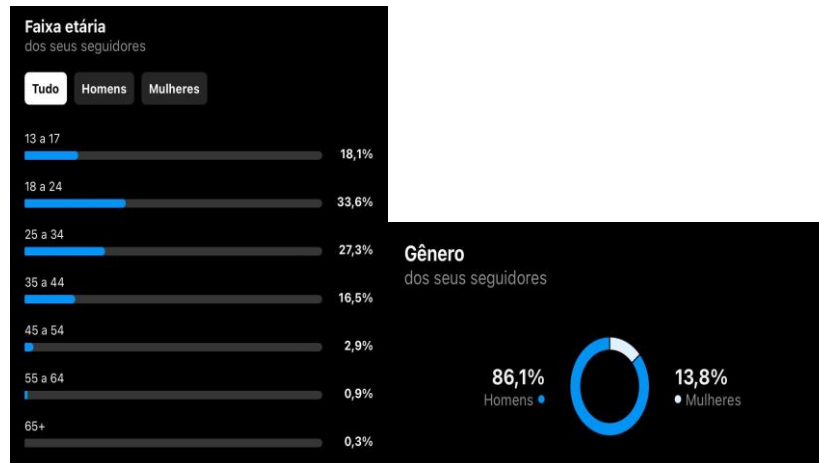
O Instagram apresenta resultados expressivos sobre seus seguidores, com 94,7% deles localizados no Brasil e 3,6% na Argentina. As cinco principais cidades de engajamento são São Paulo e Goiânia, ambas com 2,6%, seguidas por Manaus (1,3%), Uberlândia e Linhares (0,9% cada). A predominância no Brasil é natural, considerando a língua portuguesa como um atrativo evidente.

**Figura 7** - Métricas de principais localizações de países e cidades



Fonte: Instagram @caminhaomania

Em relação ao perfil demográfico, a análise revela padrões distintos no que diz respeito à faixa etária e gênero dos seguidores. Quanto à faixa etária, a maioria dos seguidores está na faixa de 18 e 24 anos, representando 33,6%, seguidos por pessoas de 25 a 34 anos, que compõem 27,3%, e aqueles na faixa etária de 33 a 44 anos, totalizando 16,5%. Quanto ao gênero, observa-se uma clara predominância masculina, com 86,1% dos seguidores sendo homens e 13,8% mulheres. A predominância do gênero masculino sugere que, devido à natureza predominantemente masculina da profissão, com poucas mulheres atuando como caminhoneiras, a audiência tende a ser composta principalmente por homens.

**Figura 8** - Métricas de faixa etária e gênero

Fonte: Instagram @caminhaomania

No conjunto das publicações, foram registradas 191 curtidas, 1 comentário e 1 salvamento, indicando uma resposta positiva por parte dos seguidores. Além disso, a presença de 7 compartilhamentos destaca a capacidade do conteúdo em alcançar uma audiência mais ampla através do engajamento orgânico. Esses resultados sugerem que a estratégia geral adotada, com ênfase na interatividade por meio de perguntas e enquetes, cativou a atenção do público, gerando não apenas curtidas, mas também uma participação ativa e compartilhamento do conteúdo. Essas métricas combinadas refletem uma abordagem bem-sucedida para manter a relevância e o interesse dos seguidores ao longo de várias postagens.

**Figura 9** - Interações com publicações

Interações com publicações	200
x 22 set - 21 out	--
Curtidas	191
Comentários	1
Salvamentos	1
Compartilhamentos	7

Fonte: Instagram @caminhaomania

### 3.2.5.1 FEED

O primeiro post do Caminhão Mania, apresentado no feed do Instagram em 27 de outubro, desempenha um papel essencial ao estabelecer as bases para sua

presença na plataforma. Ao exibir a logomarca, a postagem cria uma identidade visual reconhecível, enquanto comunica claramente o propósito da conta, convidando os caminhoneiros a se unirem à comunidade. Embora a primeira postagem não possui comentários, as 20 curtidas refletem uma resposta positiva da audiência, indicando um interesse inicial promissor na proposta do Caminhão Mania. Essa métrica é crucial para avaliar o impacto inicial da postagem e sinaliza o potencial de crescimento e engajamento contínuo à medida que a comunidade se expande.

**Figura 10** - Post do dia 27 de outubro (formato feed)



**Fonte:** *Instagram @caminhaomania*

A segunda postagem, parte da editoria "Qual você escolhe?" no formato Feed, que apresenta um comparativo entre os clássicos caminhões Scania 111-S e Mercedes 1933 Brejeira, buscando fomentar a interação através de comentários para que os seguidores expressem suas preferências. Publicada em 28 de outubro, a postagem conquistou 34 curtidas e gerou um comentário criativo, que associa o modelo Scania ao filme Rambo, enriquecendo o diálogo proposto. O fato de ter sido salva uma vez sugere não apenas engajamento imediato, mas também um interesse duradouro na temática, contribuindo para solidificar a presença envolvente do Caminhão Mania no Instagram.

**Figura 11** - Post do dia 28 de outubro (formato feed)



**Fonte:** Instagram @caminhaomania

A terceira postagem da editoria "Você Sabia?" no Feed destaca Elvis Presley, conhecido não apenas por sua carreira musical, mas também por ter sido caminhoneiro em algum momento. Publicada em 29 de outubro, a postagem utiliza uma estratégia cativante ao incorporar uma música famosa do artista, visando criar uma associação memorável. Com 18 curtidas, a resposta inicial da audiência sugere interesse no intrigante crossover entre a fama musical de Presley e sua conexão com a profissão de caminhoneiro, reforçando a proposta informativa e envolvente.

**Figura 12** - Post do dia 29 de outubro (formato feed)

Fonte: Instagram @caminhaomania

O quarto post do Instagram, pertencente à editoria "Seus Direitos", apresenta uma abordagem informativa ao esclarecer tópicos relacionados à lei trabalhista 13.103/2015 do Caminhoneiro, com o objetivo de assegurar que os motoristas compreendam e reivindiquem seus direitos. Com 18 curtidas no feed e 1 comentário, a resposta inicial indica um interesse positivo na divulgação de informações legais relevantes para a comunidade de caminhoneiros. Além disso, ao ser compartilhado nos stories, o post recebeu 3 curtidas, ampliando sua visibilidade e potencial impacto educativo, consolidando assim a proposta esclarecedora. Foi publicado no dia 31 de outubro.



**Figura 13** - Post do dia 31 de novembro (formato feed)



**Fonte:** Instagram @caminhaomania

A sexta postagem é uma data comemorativa do dia 1º de novembro, voltada para o Dia de Todos os Santos, destaca-se por sua abordagem centrada no público-alvo, os caminhoneiros, e na celebração da data. Notavelmente, obteve um alcance significativo, registrando 16 curtidas e impactando um total de 102 contas, sendo 54 de seguidores e 48 de não seguidores. Com 112 impressões, distribuídas entre 72 no perfil, 39 na página inicial e 1 em hashtags, a publicação demonstra uma presença abrangente e envolvente. Apesar de uma única visita ao perfil, essas métricas combinadas refletem uma resposta positiva à iniciativa de conectar eventos comemorativos relevantes à vida dos caminhoneiros.

**Figura 14** - Post do dia 01 de novembro (formato feed)



**Fonte:** Instagram @caminhaomania

A sétima postagem, dedicada ao Dia de Finados, no dia 2 de novembro, é realizada em homenagem aos caminhoneiros falecidos na estrada, demonstra um



impacto emocional, resultando em um considerável engajamento. A imagem de uma cruz no meio da estrada transmite a natureza sentimental da data. Com 35 interações, incluindo 28 curtidas e 7 compartilhamentos, a postagem gerou uma resposta ativa da comunidade. As 230 impressões, distribuídas entre 95 na página inicial, 93 no perfil e 34 nas hashtags, indicam uma abrangência significativa. Além disso, a visita ao perfil e o alcance de 220 contas, compreendendo 120 seguidores e 100 não seguidores, sublinham a eficácia da abordagem sensível ao homenagear os caminhoneiros falecidos, consolidando assim a presença impactante e compassiva da página.

**Figura 15** - Post do dia 02 de novembro (formato feed)



**Fonte:** Instagram @caminhaomania

A oitava postagem, integrante da editoria "Qual você escolhe?" no formato Feed, destaca um comparativo entre os caminhões Volkswagen 24250 Constellation e Mercedes 1620 de 2007, resultando em um notável engajamento apesar da ausência de comentários. Com 172 contas alcançadas, das quais 28 interagiram, a postagem atingiu um público significativo. O alcance diversificado de 104 seguidores e 68 não seguidores, juntamente com 184 impressões distribuídas entre o perfil, a página inicial e hashtags, evidencia uma resposta ativa da audiência à proposta de comparação entre os modelos. Esses dados combinados indicam que a abordagem interativa da editoria "Qual você escolhe?" continua a ser eficaz, gerando interesse e participação substancial entre os seguidores do Caminhão Mania no Instagram.

**Figura 16** - Post do dia 06 de novembro (formato feed)



**Fonte:** Instagram @caminhaomania

A postagem da editoria "Saúde em Primeiro Lugar" no formato de carrossel, dedicada a oferecer dicas de saúde para os motoristas na estrada, recebeu 13 curtidas e apresentou uma abordagem informativa com 5 fotos ilustrativas, destacando dicas de alongamento. Com 86 impressões, distribuídas entre 46 no perfil, 38 na página inicial e 2 de outra pessoa, a postagem alcançou um público relevante. O alcance de 75 contas, incluindo 41 seguidores e 34 não seguidores, destaca a eficácia da abordagem voltada para a saúde, demonstrando interesse tanto da comunidade de seguidores existentes quanto de potenciais novos seguidores.

Figura 17 - Post do dia 08 de novembro (formato carrossel feed)

## Saúde em primeiro lugar!

Sabia que fazer alongamentos antes, durante e depois de longos períodos dirigindo é uma ótima maneira de prevenir dores e desconfortos musculares?



Antes da viagem, é importante alongar os músculos das costas, pescoço, ombros e braços. Isso ajuda a preparar o corpo para a atividade física de dirigir.

Durante a viagem, é importante fazer pausas regulares para alongar os músculos. Isso ajuda a manter a flexibilidade e a circulação sanguínea.

Depois da viagem, é importante alongar novamente os músculos que foram mais exigidos. Isso ajuda a relaxar os músculos e a evitar dores musculares.




### Alongamento do pescoço:

Incline a cabeça para um lado, com a ajuda da mão do mesmo lado, de forma a levar a orelha em direção ao ombro e procurando não levantar o ombro oposto. Mantenha a posição alguns segundos e volte à posição inicial. Repita para o lado oposto.



### Alongamento das pernas:

**1** - Em pé, estique uma das pernas para a frente, apoie o tornozelo sobre um objeto um pouco mais alto que o chão e force os dedos para cima e para trás. Mantenha uns segundos, volte à posição inicial e repita com a outra perna.



### Alongamento dos ombros:

Com os braços ao longo do corpo faça rotação dos ombros, para a frente e para trás.



**2** - Em pé dobre um dos joelhos e leve o tornozelo à nádega do mesmo lado ajudando com a mão do mesmo lado. Mantenha uns segundos, volte à posição inicial e repita com a outra perna.



### Alongamento dos braços:

**1** - Estique um dos braços para a frente ao nível do ombro, com a palma da mão virada para cima. Com a ajuda da outra mão leve os dedos e a mão em direção ao chão. Mantenha alguns segundos, volte à posição inicial e repita com o braço oposto.



**2** - Eleve um dos braços, dobre pelo cotovelo e apoie a palma da mão nas costas com a ajuda da outra mão colocada no cotovelo. Mantenha alguns segundos e repita depois com o outro braço.



Fonte: Instagram @caminhaomania



A décima primeira postagem, de 17 de novembro, destaca-se o carrossel na editoria "Importância da Manutenção" ao fornecer dicas essenciais sobre cuidados paliativos para a suspensão dos caminhões. Com um alcance de 53 contas, incluindo 41 seguidores e 12 não seguidores, a postagem atingiu um público relevante. As 62 impressões, distribuídas entre 49 na página inicial, 9 no perfil, 2 no explorar e 2 de outra pessoa, evidenciam uma presença diversificada. Com 10 curtidas, a resposta inicial sugere interesse na orientação sobre manutenção, enquanto as 2 visitas ao perfil e o novo seguidor indicam um impacto tangível na interação com a audiência.

**Figura 18** - Post do dia 17 de novembro (formato carrossel feed)

**Importância da manutenção da suspensão**

A manutenção regular da suspensão do seu caminhão é fundamental para garantir a segurança nas estradas e a durabilidade do seu veículo.

Aqui estão algumas dicas para ajudar a manter a suspensão em bom estado >>>

- 1 - Verifique regularmente as condições das molas, amortecedores e outras peças da suspensão para detectar sinais de desgaste, danos ou vazamentos;
- 2 - Substitua as peças da suspensão que apresentarem desgaste ou danos. É importante usar peças de qualidade para garantir a segurança e a durabilidade da suspensão;
- 3 - Verifique o alinhamento e o balanceamento das rodas, pois esses problemas podem afetar a estabilidade da suspensão e desgastar as peças mais rapidamente;
- 4 - Mantenha a pressão correta nos pneus e substitua-os quando necessário. Pneus desgastados ou mal inflados podem colocar pressão extra sobre a suspensão;

Fonte: Instagram @caminhaomania

A décima segunda postagem, compartilhada em formato de carrossel no dia 20 de novembro, destaca-se como um post informativo, esclarecendo que motoristas podem dirigir caminhões de pequeno porte com a carteira de motorista categoria B. Composto por 7 imagens, o carrossel exibe fotos e explicações de caminhões de diversas marcas que se enquadram nessa categoria. Até o momento da análise, a postagem conquistou 6 curtidas, indicando um interesse inicial. Com um alcance de 41 contas, sendo 35 seguidores e 6 não seguidores, e 44 impressões distribuídas entre a página inicial, o perfil e de outra pessoa, a postagem evidencia um engajamento significativo, com 6 contas envolvidas, consolidando assim a relevância das informações fornecidas pelo Caminhão Mania em seu conteúdo informativo no Instagram.

Figura 19 - Post do dia 20 de novembro (formato carrossel feed)

**CAMINHÕES QUE  
PODEM SER  
DIRIGIDOS COM  
CARTEIRA B**

No Brasil, um motorista com carteira de motorista (CNH) categoria B pode dirigir veículos de carga cujo peso bruto total não seja superior a 3,5 toneladas.

As montadoras viram uma oportunidade e criaram modelos especificamente para esse fim, o Veículo Urbano de Carga (VUC).

Confira alguns desses modelos passando para o lado >>>




**1 - Volkswagen Delivery Express**

Lançado em 2017, o Delivery Express se destaca por sua abordagem de caminhão VUC com interior de carro. Projetado para facilitar a condução nos grandes centros urbanos, o veículo conquistou sucesso ao combinar um conjunto mecânico eficiente com a dirigibilidade semelhante à de um carro.




**2 - Hyundai HR**

Simplex e funcional, o HR foi pioneiro no segmento de VUC, oferecendo a maior capacidade de carga da categoria, podendo chegar a 1.800 kg, dependendo do implemento utilizado. O modelo possui preço acessível, acompanhado por uma lista generosa de itens de série, como faróis de neblina.




**3 - Renault Master**

Embora por vezes esquecida, a Renault Master ainda mantém uma participação significativa no mercado. Com boa capacidade de carga e versões tanto chassi-cabine quanto furgão, a Master não fica atrás tecnicamente de suas concorrentes.




**4 - Iveco Daily City (30-130)**

A linha Daily City, lançada em 2017 e renovada recentemente, direciona-se ao segmento de e-commerce, com foco em entregas em vários pontos e cargas geralmente mais leves.




**5 - Kia Bongo K 2500**

Único modelo comercial da Kia no Brasil, o Bongo K 2500 recebeu atualizações em 2021, incluindo ar-condicionado de fábrica e cinto de três pontos, além de encosto de cabeça para todos os ocupantes.








**Fonte:** Instagram @caminhaomania

A décima quarta postagem, integrante da editoria "Qual você escolhe?" no formato Feed, destaca-se por apresentar um comparativo entre os caminhões Volvo 440 e Scania 440. Com um alcance de 71 contas, incluindo 11 com engajamento, a postagem demonstra uma presença notável. As 71 impressões, distribuídas entre 57 na página inicial, 13 nas hashtags e 1 de outra pessoa, indicam uma cobertura significativa no Instagram. As 11 curtidas, 1 salvamento e a visita ao perfil refletem uma resposta positiva da audiência, revelando um interesse expressivo na análise comparativa de veículos, consolidando assim a relevância da editoria "Qual você escolhe?" no conteúdo do Caminhão Mania.

**Figura 20** - Post do dia 20 de novembro (formato feed)

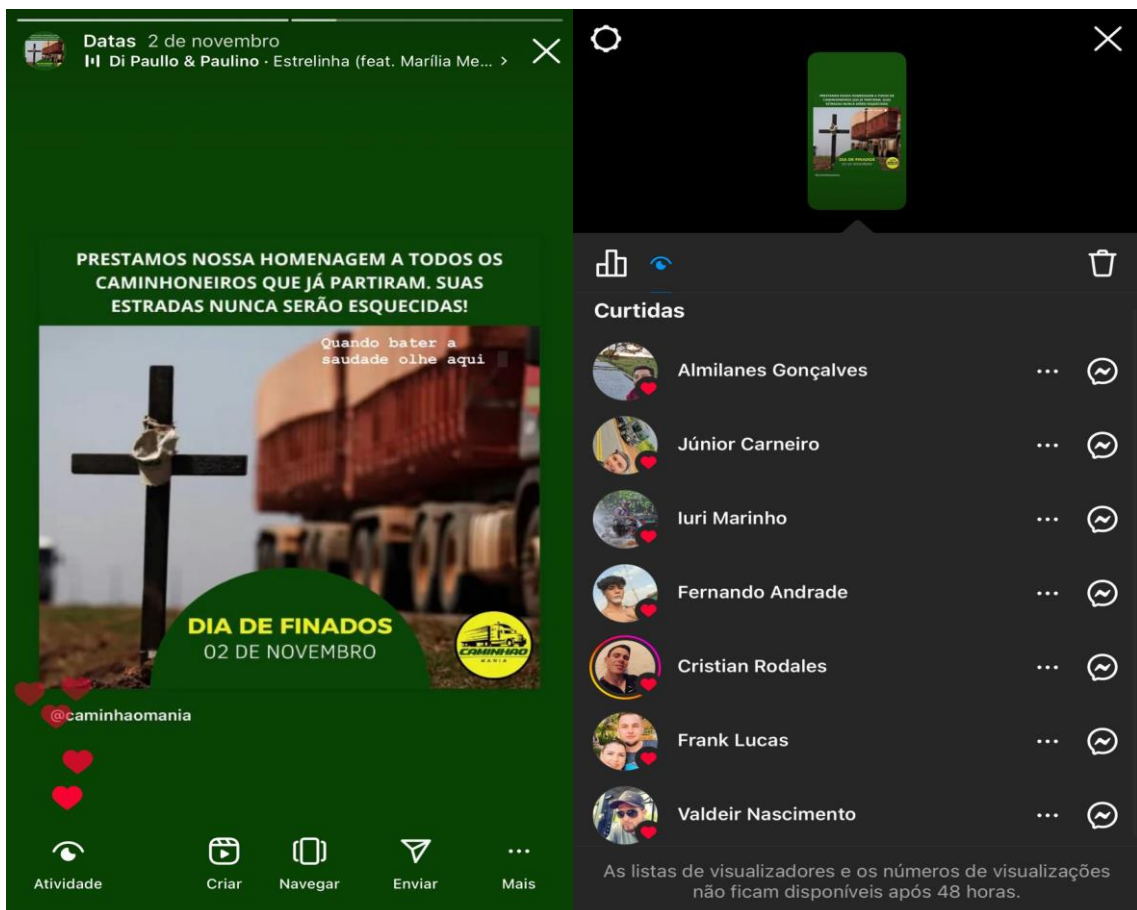


**Fonte:** Instagram @caminhaomania

### 3.2.5.2 STORIES

No período analisado, foram compartilhados 26 stories. A maioria consisti em compartilhamentos das próprias postagens do Caminhão Mania. Apesar de os stories de compartilhamento apresentarem geralmente um baixo engajamento, destaca-se o desempenho positivo dos compartilhamentos relacionados a datas comemorativas. Um exemplo é o story referente ao Dia de Finados, que recebeu 7 curtidas, 1 resposta no direct e alcançou 68 contas, indicando uma resposta expressiva à abordagem feita.

**Figura 21** - Métricas Post do dia 01 de novembro (formato stories)





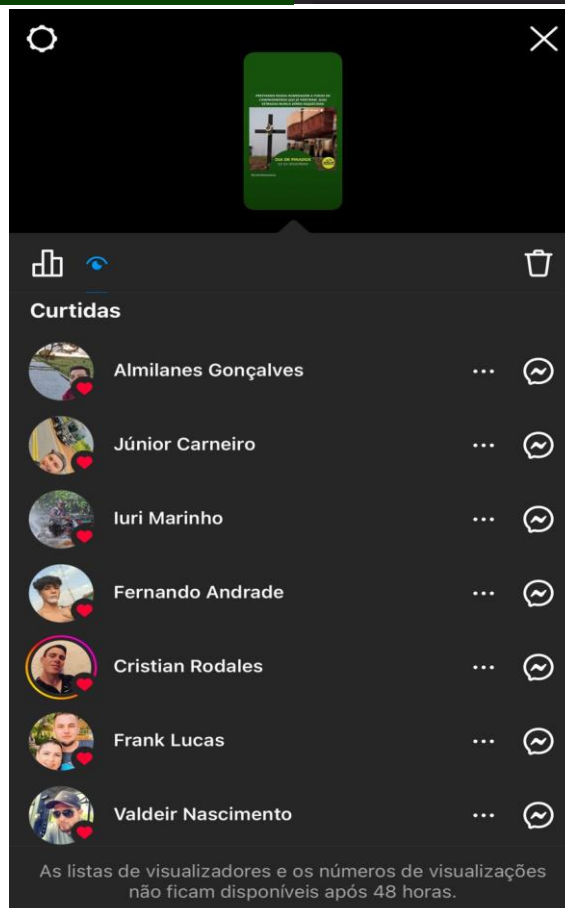
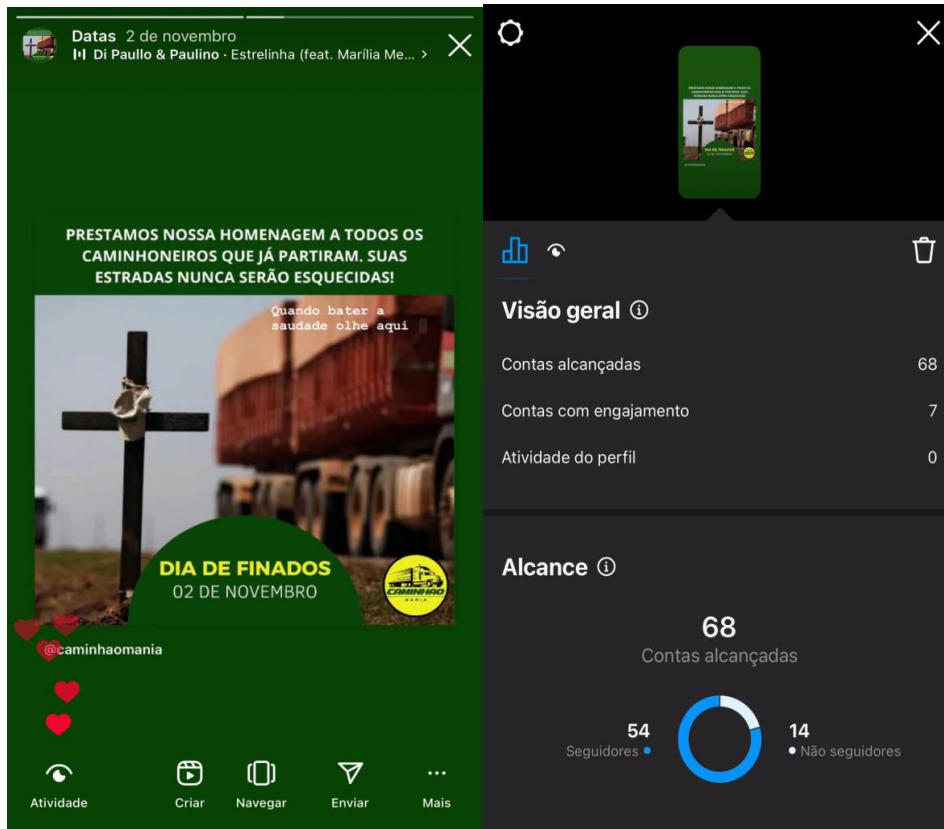
Fonte: Instagram @caminhaomania

Na editoria "Diário de Bordo", dedicada a fornecer dicas para motoristas em viagens seguras, foram realizadas cinco postagens nos stories. A sequência de visualizações variou, com a primeira alcançando 85 visualizações e 2 curtidas, a segunda com 101 visualizações e 2 curtidas, a terceira registrando 98 visualizações e 2 curtidas, a quarta com 30 visualizações e 1 curtida, e a quinta e última postagem atingindo 29 visualizações com 1 curtida.

Essa análise detalhada fornece clareza sobre a receptividade do público a diferentes conteúdos desta editoria.



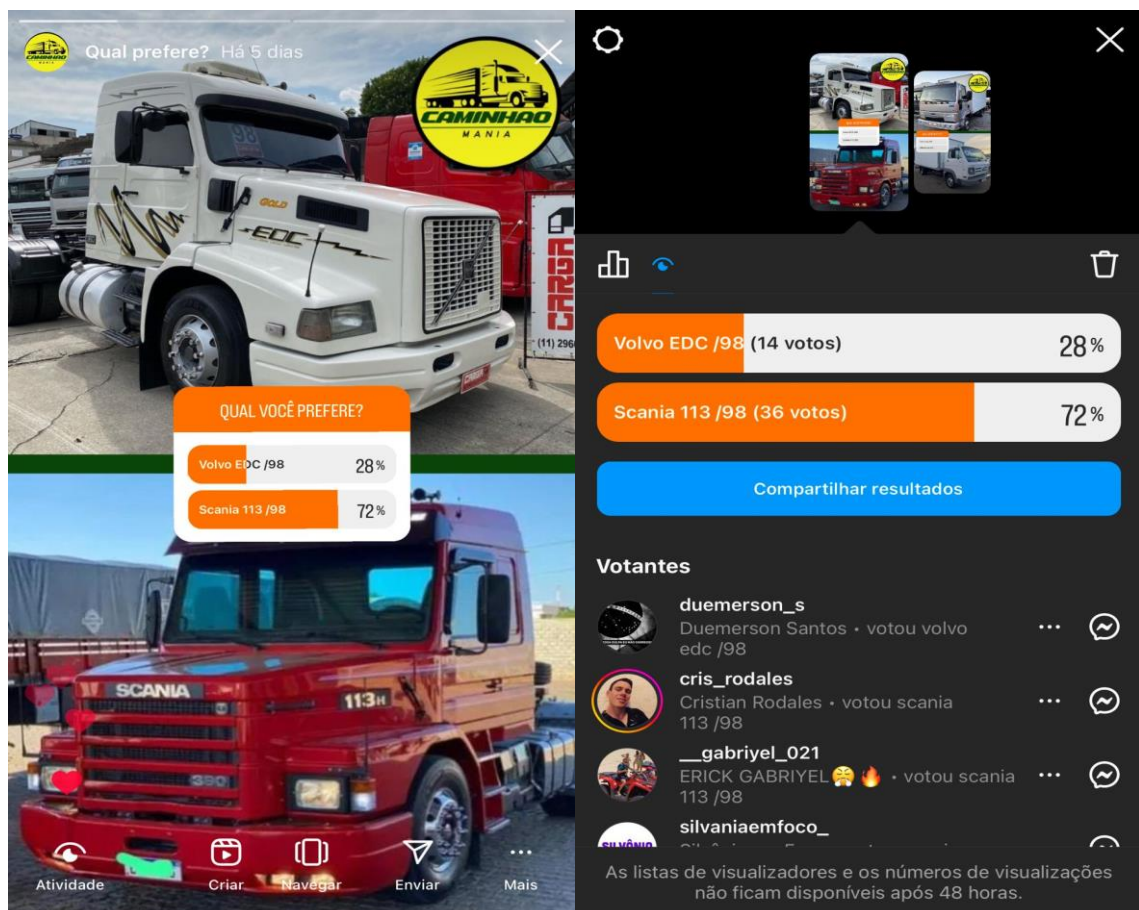
Figura 22 - Métricas Post do dia 09 de novembro (formato stories)

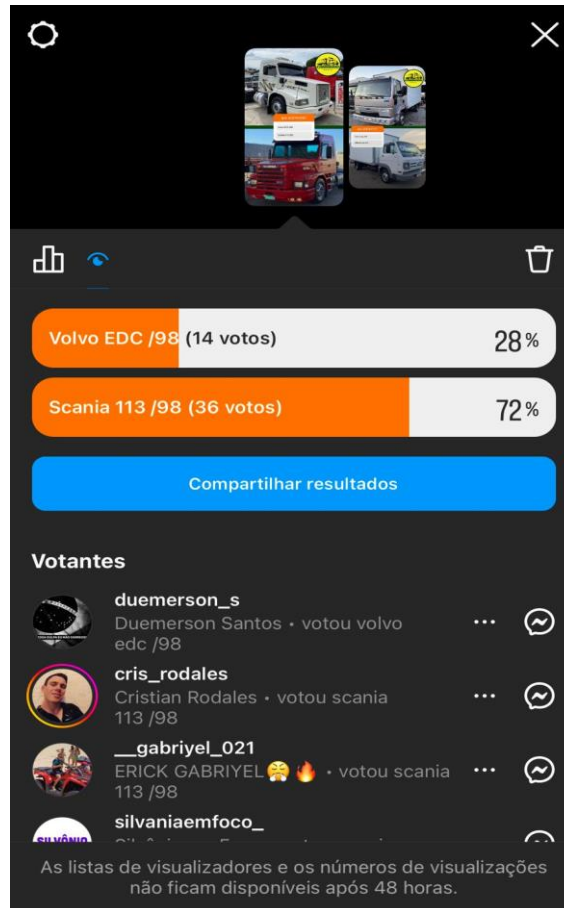


Fonte: Instagram @caminhaomania

Por fim, na editoria "Qual Você Escolhe?", que incluiu uma enquete, houve uma grande participação da audiência. O primeiro story atingiu 150 visualizações e 8 curtidas, com 50 votantes na enquete que apresentava as opções Volvo EDC/98 e Scania 113/98, distribuídos com 14 votos para a Volvo e 36 para a Scania. O segundo story, com 126 visualizações e 7 curtidas, teve 38 votantes na enquete entre Ford Cargo 815 e Volkswagen 850, com 25 votos para o Ford Cargo e 13 para o Volkswagen. Essa interação destaca o envolvimento dos seguidores nas decisões propostas pela editoria, proporcionando uma visão valiosa do interesse e preferências da comunidade caminhoneira.

Figura 23 - Métricas Post do dia 09 de novembro (formato stories)



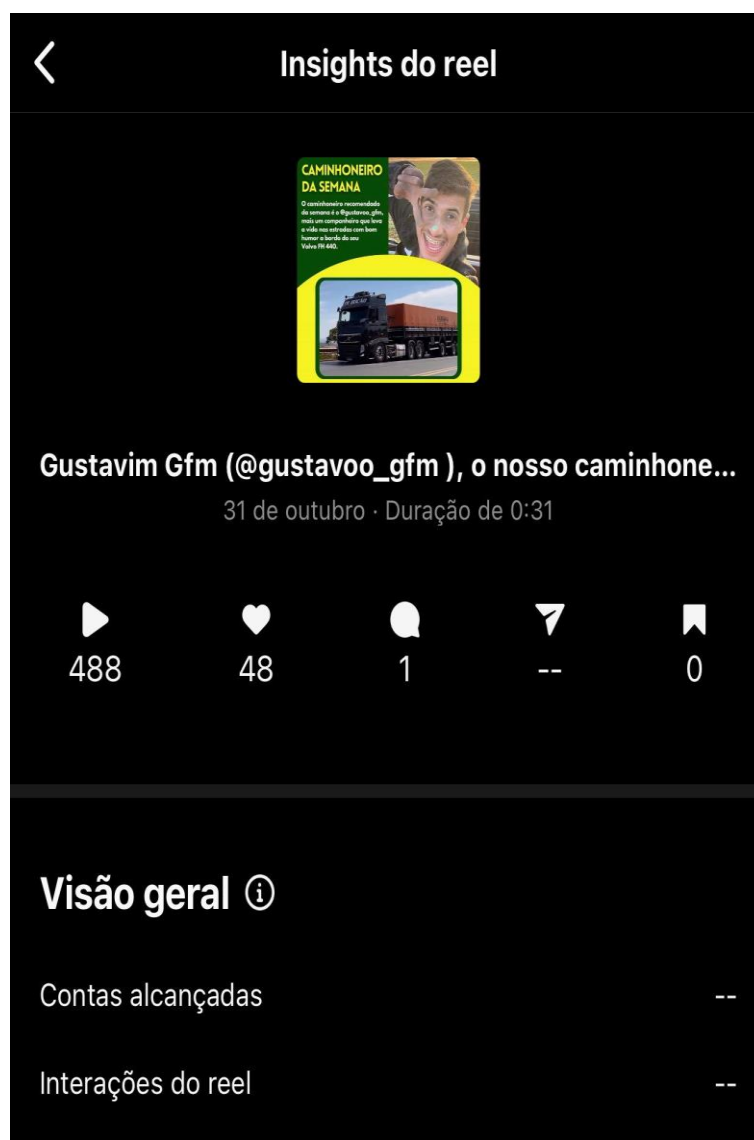


Fonte: Instagram @caminhaomania

### 3.2.5.3 REELS

A quinta postagem, datada do dia 31 de outubro, da editoria "Caminhoneiro da Semana" inova ao destacar caminhoneiros que compartilham seu cotidiano nas estradas por meio das redes sociais, especialmente os blogueiros. Inicialmente planejada como feed, a decisão de transformá-la em reels foi motivada pela inclusão de um breve vídeo, evidenciando a adaptabilidade da estratégia de conteúdo. Com um total de 483 visualizações, 277 reproduções iniciais e 206 repetições, a postagem atingiu uma audiência significativa. As 47 curtidas indicam uma resposta positiva, e o uso de áudio retirado da publicação original do indicado no Instagram adiciona autenticidade à experiência. Esse marco como o primeiro Reels do Caminhão Mania ressalta a disposição da conta em explorar formatos diversificados para envolver a comunidade de caminhoneiros de maneira inovadora e dinâmica.

**Figura 24** - Post do dia 31 de novembro (formato reels)



Fonte: Instagram @caminhaomania

A décima postagem, um Reels da editoria "Passa Tempo na Estrada", oferece aos seguidores do Caminhão Mania uma sugestão envolvente de filmes e séries com temática caminhoneira. Com uma duração de 1 minuto e 5 segundos, o Reels apresenta uma locução própria detalhando a sinopse da série Carga Pesada, acompanhada por curiosidades e informações sobre os atores, enquanto um trailer da série é exibido ao fundo. Os números expressivos de reproduções, com 193 no total e 119 iniciais seguidas por 74 repetições, indicam uma resposta positiva do público, enquanto o alcance de 120 contas, com 91 seguidores e 29 não seguidores, destaca o impacto da postagem. Com 13 interações e um tempo total de visualizações de 16 minutos e 15 segundos, apesar do tempo médio de visualização de 7 segundos, a

postagem revela um bom envolvimento, evidenciando a eficácia da proposta de entretenimento nostálgico.

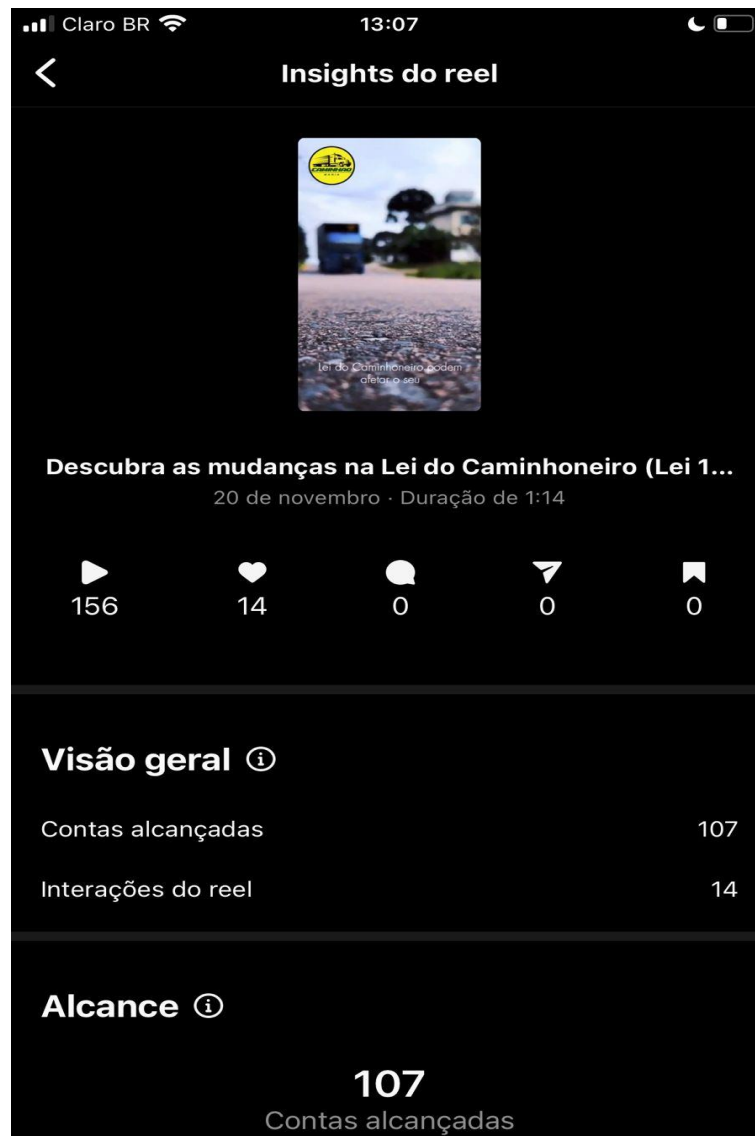
**Figura 25** - Post do dia 13 de novembro (formato reels)



**Fonte:** Instagram @caminhaomania

A 13ª postagem, apresentada no formato Reels na editoria "Seus Direitos" e publicada em 20/11, concentra-se na Lei do Caminhoneiro (Lei 13.103/2015), com uma locução própria. Com um alcance de 107 contas e 154 reproduções, a postagem evidencia um envolvimento significativo. Às 14 curtidas acompanhadas de 40 repetições e o tempo total de visualizações de 13 minutos e 45 segundos indicam uma atenção prolongada por parte da audiência, destacando a eficácia do conteúdo em comunicar informações importantes sobre os direitos dos caminhoneiros.


Figura 26 - Post do dia 20 de novembro (formato reels)



Fonte: Instagram @caminhaomania

A décima quinta e última postagem, apresentada como Reels na editoria informativa, aborda o "Sistema de Frenagem de Emergência". Com um alcance de 59 contas, incluindo 16 não seguidores, e 10 interações no Reels, a publicação destaca uma resposta positiva da audiência. As 10 curtidas indicam um interesse significativo, enquanto o tempo de visualização de 11 minutos e 26 segundos sugere uma atenção prolongada, ressaltando a eficácia do conteúdo informativo. Essa postagem final reforça o compromisso do Caminhão Mania em oferecer informações relevantes e educativas por meio de formatos envolventes, consolidando assim a importância da editoria informativa no Instagram.

Figura 27 - Post do dia 20 de novembro (formato feed)



**Insights do reel**

**Domine as estradas com segurança em cada quilôme...**  
20 de novembro · Duração de 0:46

119 10 0 0 0

**Visão geral** ⓘ

Contas alcançadas	59
Interações do reel	10

**Alcance** ⓘ

**59**  
Contas alcançadas

Fonte: Instagram @caminhaomania

## MEMORIAL

Ao longo da minha jornada acadêmica, enfrentei desafios que testaram minha resiliência e dedicação. A escolha do tema para o Trabalho de Conclusão de Curso, o Instagram “Caminhão Mania”, não foi apenas uma decisão acadêmica, mas uma conexão profunda com minha história pessoal e familiar.

Meu pai, que já foi caminhoneiro, moldou minha infância com histórias vibrantes das estradas, e minha adolescência foi permeada pelos sons e cheiros da empresa de reforma e fabricação de carretas em que cresci brincando. A afinidade com o universo dos caminhoneiros não era apenas acadêmica, é um laço emocional e uma homenagem ao legado familiar. O desafio começou com a decisão de retomar meus estudos após um longo período fora das salas de aula. A falta de tempo, uma vez que tive de conciliar trabalho e estudos, tornou-se uma barreira notável. As noites dedicadas à pesquisa e elaboração do TCC foram um desafio.

Produzir o "Caminhão Mania" não foi apenas uma tarefa acadêmica, mas uma jornada repleta de desafios logísticos. Morando longe da instituição de ensino e trabalhando em horários extenuantes, enfrentei dificuldades em conciliar as demandas do TCC com meu cotidiano. Cada passo na produção do Instagram foi uma superação, uma batalha contra o tempo e as limitações que a vida profissional impunha.

No entanto, o engajamento caloroso e entusiástico da comunidade caminhoneira tornou o desafio gratificante. As interações online, os relatos compartilhados e a participação ativa dos seguidores reforçaram a importância do "Caminhão Mania" como uma plataforma de conexão genuína entre os amantes das estradas.

Expresso minha sincera gratidão à minha orientadora, Gabriella Luccianni, cuja orientação sábia e apoio constante foram fundamentais para transformar os obstáculos em oportunidades de aprendizado. Sua dedicação e incentivo foram a bússola que guiou meu caminho acadêmico, e por isso, sou imensamente grato.

Ao concluir esta jornada, olho para trás com um misto de desafio superado, aprendizado adquirido e, acima de tudo, orgulho pelo "Caminhão Mania". Este projeto não é apenas um produto acadêmico, é uma expressão de minha ligação pessoal com o mundo dos caminhoneiros e uma homenagem à memória daqueles que moldaram meu percurso.



Neste momento de conquista, expresso minha felicidade por ter concluído esta etapa e aguardo com expectativa as futuras estradas que percorrerei, guiado pela experiência e conhecimento adquiridos ao longo desta trajetória acadêmica e pessoal.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente projeto teve como objetivo principal a criação do perfil no Instagram @caminhaomania ser um portal de notícias e informações e um ponto de encontro para admiradores e profissionais das estradas. Com o intuito de promover a cultura do estilo de vida e desmistificar a figura caricata deste profissional.

O período de postagem realizado foi de 30 dias e o resultado foi satisfatório. Assim, após a construção do calendário editorial, da escolha da persona e da temática, o perfil esteve em constante crescimento, atingindo um total de 634 contatos e 342 seguidores

Ao longo de um mês, foram 15 publicações realizadas no feed e 26 stories, que variaram entre reels, fotos, votações para interação e vídeos, gerando engajamento, interatividade e atraindo o público para ser uma constante no perfil.

O desempenho do perfil está interligado com a proposta de produzir um conteúdo informativo, criativo e com qualidade para uma parcela da sociedade que está, por muitas vezes, invisível a todos, contribuindo para a valorização da sua rica (e pouco explorada) cultura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMARGO, A. P. A Cultura dos Caminhoneiros: um Estudo sobre a Solidariedade e a Identidade. *Revista de Administração e Negócios da Amazônia*, 10(1), p. 1-18, 2018.

CODINA, L. Hiperdocumentos: Composición, Estructura y Evaluación. Em J. Díaz Noci & R. Salaverría (Eds.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, 2003.

EDO, C. *Del Papel a la Pantalla: la Prensa en Internet*. Sevilla: Comunicación Social, 2002.

FAUSTINO, Paulo. *Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos*. 1 Ed. São Paulo: DVS, 2019.

FERNANDES, A. R. Os Desafios dos Caminhoneiros no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, 60(2), p. 186-199, 2020.

FIGUERÊDO, Adriana Maria et al. Condições de trabalho de caminhoneiros: percepções sobre a saúde e autocuidado. *Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 31, 2021.

FREITAS, Angélica Fonsêca de; BENINI, Luís Fernando Pedrosa. *Interatividade em redes móveis: um estudo sobre as missões no Instagram*. 2013. 83 f., il. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) — Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

GABRIEL, M.; KISO, R. *Marketing na Era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégias*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2020.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. 1.ed., 15.reimpr. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

KARHAWI, Issaaf; TERRA, Carolina. *Planejamento Estratégico em Comunicação Digital: Apontamentos e Possibilidades entre a Teoria e a Prática*. *Comunicação & Inovação*, São Caetano do Sul, SP, v. 22, ed. 49, p. 3-17, 2021.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

LEÃO, Lúcia. *O labirinto da hipermídia – Arquitetura e navegação no ciberespaço*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teorias das Mídias Digitais: Linguagem, Ambientes, Redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MEYER, Dagmar Estermann; PARAÍSO, Marlucy Alves. A Teoria Metodológica de Estudos de Caso na Pesquisa Educacional. *Revista Diálogo Educacional*, 12(34), p. 117-132, 2012.

MIELNICZUK, Luciana. Jornalismo online e os espaços do leitor: um estudo e caso do NetEstado. (Dissertação de Mestrado). UFRGS/PPGCOM, Porto Alegre, 1998.

MIRANDA, M. D. A Profissão de Caminhoneiro: Condições de Trabalho e Saúde. *Saúde e Sociedade*, 28(1), p. 114-125, 2019.

Ministério da Infraestrutura. Plano Nacional de Logística e Transportes. Brasília, DF: Ministério da Infraestrutura, 20 de julho de 2023.

NELSON, T. (1992). *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. George P. Landow (Ed.). Baltimore: Johns Hopkins University Press.

PINTO, Eliane Aparecida Martins. A Teoria das Cores na Arte. *Revista Eletrônica do Mestrado em Educação da UFSM*, 15(1), p. 1-22, 2016.

RECUERO, Raquel. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. *Anais do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul – Passo Fundo – RS*, 2007.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (org). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

\_\_\_\_\_, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

SANTOS, J. A., & OLIVEIRA, J. C. A Invisibilidade dos Caminhoneiros Brasileiros: uma Análise sob a Perspectiva da Teoria Crítica. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento*, 10(1), p. 1-18, 2021.

SILVA, J. S., & OLIVEIRA, M. J. Os Caminhoneiros e os Desafios do Transporte Rodoviário de Cargas no Brasil. *Revista de Administração da Unimep*, 17(1), p. 1-21, 2019.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE  
GOIÁS  
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO  
INSTITUCIONAL

Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário  
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010

Goiânia | Goiás | Brasil

Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)  
3946.3080

www.pucgoias.edu.br | prodir@pucgoias.edu.br

## RESOLUÇÃO n° 038/2020 – CEPE

### Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Amadeus Jose da Silva Junior  
do Curso de Journalismo, matrícula 201620127000-40  
telefone: 62 99564-7381 e-mail juniormentanhajor@outlook.com, na  
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos  
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o  
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado  
Cominhão Mamã: Instagram sobre cominheiros

gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões  
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado  
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,  
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a  
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 21 de Novembro de 2023.

Assinatura do(s) autor(es): Amadeus J. da Silva Junior

Nome completo do autor: Amadeus Jose da Silva Junior

Assinatura do professor-orientador: Gabriella Buccianni M. S. Caloca

Nome completo do professor-orientador: Gabriella Buccianni M. S. Caloca