

O FUTURO DO ENTRETENIMENTO FRENTE ÀS MUDANÇAS DA IV REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Alessandro Rodrigues de Pontes - alessandro20144@hotmail.com

Bacharelado em Ciências e Tecnologia - Escola de Ciências e Tecnologia- ECT
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – Natal/RN – Brasil

Emanoel Batista Pereira Filho - emanoel.0095@hotmail.com

Bacharelado em Ciências e Tecnologia - Escola de Ciências e Tecnologia- ECT
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – Natal/RN – Brasil

João Victor Mendes Acosta - filw.jao@ufrn.edu.br

Bacharelado em Ciências e Tecnologia - Escola de Ciências e Tecnologia- ECT
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – Natal/RN – Brasil

Johnatan Santos de Souza Carvalho - johnatan.carvalho@hotmail.com

Bacharelado em Ciências e Tecnologia - Escola de Ciências e Tecnologia- ECT
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – Natal/RN – Brasil

Jonatas Diniz de Souza - jonatasdiniz@ufrn.edu.br

Bacharelado em Ciências e Tecnologia - Escola de Ciências e Tecnologia- ECT
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – Natal/RN – Brasil

Samuel Victor Maciel da Silva - samuelvictor7@ufrn.edu.br

Bacharelado em Ciências e Tecnologia - Escola de Ciências e Tecnologia- ECT
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – Natal/RN – Brasil

Zulmara Virgínia de Carvalho - zulmara@ect.ufrn.br

Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação – PPgCTI Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – Natal/RN – Brasil

Resumo—Os meios de entretenimento podem se tornar bem diferentes num futuro próximo. A Transformação Digital vem promovendo profundas mudanças tecnocomportamentais. Adicionalmente, o distanciamento social demandado pela crise sanitária da COVID-19 impulsionou a implantação de ferramentas digitais em setores do entretenimento que, até então, eram pouco explorados. Entre as aplicações tecnológicas no setor, destacam-se e-sports, inovação de cobertura, mídias sociais e plataformas de Streaming. É dentro desse cenário que este trabalho objetiva analisar perspectivas tecnomercadológicas do cenário mundial da Indústria do Entretenimento. Para atingir esse fim, foi realizado um mapeamento mercadológico, uma análise do cenário tecnológico a partir de prospecções patentárias nas bases de dados Espacenet, Google Patents e The Lens, bem como pesquisa qualitativa de tendências da plataforma de Inteligência Estratégica do Fórum Econômico Mundial. A análise informacional sinaliza que o desenvolvimento de soluções alicerçadas nas tecnologias 4.0 deve estar na agenda do planejamento estratégico de empresas do ramo.

Palavras-chave—e-sports, esporte, Indústria 4.0, Indústria do Entretenimento, mídia

Abstract—The means of entertainment may become quite different in the near future. Digital Transformation has been promoting profound techno-behavioral changes. Additionally, the social distance demanded by the health crisis of COVID-19 boosted the implementation of digital tools in sectors of entertainment that, until then, were little explored. Among the technological applications in the sector, e-sports, coverage innovation, social media and Streaming platforms stand out. It is within this scenario that this work aims to analyze the tecnomercadological perspectives of the world scenario of the Entertainment Industry. To achieve this end, a market mapping was carried out, an analysis of the technological scenario based on patent prospecting in the Espacenet, Google Patents and The Lens databases, as well as qualitative research of a conical tent with a qualitative domination of a doncia tent. An informational analysis signals that the development of solutions based on 4.0 technologies must be on the strategic planning agenda of companies in the industry.

Keywords— e-sports, sport, Industry 4.0, Entertainment Industry, media.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com o Fórum Econômico Mundial (2020), o cenário da mídia, esporte e entretenimento de maneira geral vem passando por mudanças como a ascensão dos *e-sports*, surgimento de novos veículos de informação, plataformas de streaming e integração de tecnologia aos esportes tradicionais, transformações como essas já vinham acontecendo, mas foram aceleradas em decorrência da pandemia do COVID-19. O futuro desse nicho está cada vez mais relacionado aos avanços tecnológicos oriundos da IV Revolução Industrial. A mídia é a mais interligada nessa conjuntura, como é visto na migração dos usuários dos veículos midiáticos convencionais para os digitais (SANTOS, 2007). Com o COVID-19 em 2020, houve um aumento do consumo tecnológico em todo o mundo.

O futuro da mídia está cada vez mais atrelado a tecnologia da informação, uma prova disso é o Clubhouse, uma rede social apenas de áudio que surgiu no meio da pandemia e que vem crescendo exponencialmente, hoje está rapidamente se tornando a principal ferramenta de ativismo em países como China, Egito e outros países do oriente médio, que por anos tiveram um péssimo histórico de liberdade de expressão (SHAMA, 2021).

O esporte é uma das formas de entretenimento mais enraizada na sociedade e a forma como as pessoas consomem os esportes profissionais não mudou nas últimas décadas, porém estamos chegando em um novo tempo onde essas formas tradicionais de consumir o esporte estão tendo alterações (BRADY, 2016).

No ano de 2020 o mundo dos esportes foi muito afetado pelo isolamento social. Assim, fãs foram obrigados a procurar alternativas e muitos encontraram os esportes eletrônicos como uma solução. Os *e-sports* já vinham crescendo desde antes da pandemia e com ela houve um grande aumento no número consumidores. Relatório do analista de mercado Newzoo afirma que quase 500 milhões de pessoas em todo o mundo assistiram ao *e-sports* em 2020, um aumento de 12% em relação a 2019 (MANEY, 2021).

Outra forma tradicional de entretenimento que está mudando rapidamente é o cinema. Filmes que antes eram exibidos exclusivamente nas salas de cinema agora estão tendo suas estreias em plataformas de streaming ou até mesmo em formato híbrido para atender aos mais diversos públicos em decorrência da realidade atual (como por exemplo a Disney com o Disney+). A Discovery descobriu que era capaz de filmar episódios remotos de programas a 10-20% do custo normal, enquanto a nova autenticidade do conteúdo digital transmitido diretamente da casa do apresentador para a sua está ressoando e confundindo os limites com os criadores em plataformas de mídia social (HALL, 2020).

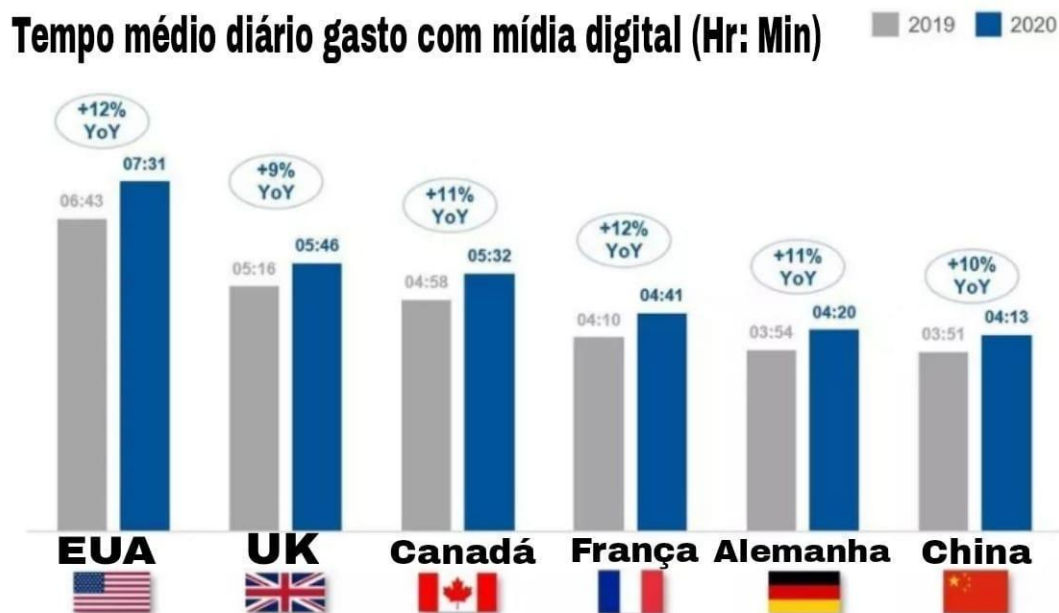
A partir do exposto, analisar as perspectivas de inovação no cenário do entretenimento, mídia e esporte, relacionados aos avanços tecnológicos, em específico no universo pós pandemia, é o objetivo deste trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O Futuro das Mídias Sociais e os Serviços de Streaming

O valor mundial dos novos conteúdos de mídia vem aumentando ao longo dos anos e hoje já ultrapassa centenas de bilhões de dólares (WORLD ECONOMIC FORUM, 2020). A COVID-19 acelerou bastante a indústria da mídia e do entretenimento. Desta forma, a diferença entre o consumo entre os canais digitais e tradicionais só aumentou. A TCAC (Taxa de crescimento anual composta) norte-americana do tempo gasto com mídia no 2018 até 2022 deve ser de + 5% para canais digitais e -2% para canais tradicionais. Na China, essa diferença está aumentando cada vez mais, com o crescimento anual de 8% para os canais digitais e a queda anual de 3% para canais tradicionais (WORLD ECONOMIC FORUM, 2020).

Figura 1: Tempo médio gasto com mídia digital



Fonte: Adaptado de eMarketer (2021)

A IV Revolução Industrial é o movimento que iniciou em 2014 e vai até os dias atuais, essa revolução mistura técnicas de produção de vanguarda com sistemas inteligentes que se integram com as organizações e pessoas. As vantagens das mudanças resultantes da IV Revolução Industrial são as melhoria da produtividade, a eficiência e qualidade nos processos, da segurança para os trabalhadores pela redução de empregos em locais perigosos, ao contar com ferramentas que nos permitem tomar decisões baseadas em dados, da competitividade ao desenvolvermos produtos personalizados que satisfazem as necessidades dos consumidores.

Os investimentos das empresas de mídia digital vêm crescendo substancialmente conforme a IV Revolução Industrial, vai ganhando força, ultrapassando a receita das formas de mídia tradicionais, e isso se deve bastante à concorrência dos serviços de Streaming como Amazon Prime, Disney Plus e Netflix. Esses serviços estão investindo cada vez mais recursos em conteúdos originais, tentando fornecer ao usuário o conteúdo mais exclusivo possível.

"Os novos consumidores têm um nível de exigência, mobilidade e necessidades que não tinham anteriormente e as marcas precisam acessar esses consumidores no canal que o cliente deseja. Essas pessoas estão o tempo todo conectadas em diferentes mídias e acessar essas pessoas onde eles estão e com conteúdo relevante passa a ser determinante para que as marcas possam se diferenciar cada vez mais" (CLIENTESA, 2019).

O jornalismo tradicional vem perdendo espaço para as redes sociais e sites de notícias, isso ocorre devido as plataformas digitais terem mais velocidade e fluidez no compartilhamento de informações. Como resultado o jornal impresso praticamente chegou ao fim, e as notícias nos canais de televisão estão se tornando obsoletas, o reflexo disso é a migração de uma parcela da população para os meios digitais (SANTOS, 2007).

2.2 E-sports e o Novo Modo de se Consumir Esportes

O cenário esportivo vem sendo acarretado por grandes mudanças, principalmente devido ao grande impacto da pandemia que parou o mundo nos últimos tempos. Com novas regras de interação social, é totalmente inviável continuar da forma que era. Houveram assim mudanças tanto para os esportistas quanto para os espectadores, tais como partidas sem torcida, jogadores submetidos a exames antes das partidas, aumento da cobertura dos eventos entre outras coisas.

O impacto nos esportes tradicionais abriu espaço para os esportes eletrônicos impulsionados pela IV Revolução Industrial, gerando uma oportunidade única para a indústria de jogos, que vem crescendo mesmo

na pandemia, não só no número de jogadores, mas também no número de espectadores. Um diferencial dos e-sports é a baixa exigência física

“É complicado projetar a história com base nos esportes tradicionais, por exemplo, já que os e-sports possuem características e dinâmicas únicas do setor. Primeiro, os jogadores de e-sports tendem a ser mais jovens que os atletas de esportes físicos e, até o momento, têm um pico entre 17 e 25 anos. Eles são pessoas mais jovens e menos maduras, com carreiras relativamente breves para adultos.” (RENNER, 2020).

Outro ponto que vem fortalecendo o crescimento dos esportes virtuais é o aumento no número de pessoas ao redor do globo com acesso a internet que está cada vez mais acessível se tornar um “Gamer”, principalmente se levar em conta a massiva quantidade de jogos no estilo *mobile*, produzindo uma maior diversidade e possibilitando aqueles que não têm as melhores condições financeiras de entrar nesse universo inclusivo (INTERNET WORLD STATS, 2021).

Além da ascensão dos esportes virtuais, os esportes tradicionais vêm cada vez mais se adaptando às novas ferramentas tecnológicas. Com as limitações do isolamento social, tais como: temporadas encurtadas; jogos cancelados; formatos estranhos de *playoffs*; estádios vazios e maior cobertura virtual dos eventos motivaram os esportes profissionais e seus fãs a vislumbrar um futuro onde as torcidas em estádios seriam extintas. A ideia é substituir as arquibancadas colocando os jogadores dentro de uma espécie de estúdio gigante transmitindo para um número ilimitado de assinantes (MANEY, 2021).

3 METODOLOGIA

A metodologia empregada no trabalho é fundamentada em pesquisa exploratória de cenários científicos, tecnológicos e mercadológicos acerca do futuro do entretenimento depois da pandemia do COVID-19 no contexto da IV Revolução Industrial.

O mapeamento científico e tecnológico contou com artigos retirados do *World Economic Forum* usados para realizar o mapeamento científico, enquanto a base de dados patentários foram utilizadas para realização do mapeamento tecnológico.

A consulta às bases mencionadas ocorreu no dia 23 de fevereiro de 2021 e as expressões utilizadas em cada base estão descritas conforme a Tabela 1. A palavra-chave utilizada foi “*Future of Entertainment*”.

Tabela 1 - Expressões utilizadas para realização das consultas às bases de dados

Plataforma	Termos de busca
Espacenet	“<i>Future of Entertainment</i>” “<i>Future of Entertainment</i>” AND (“<i>Big Data</i>” OR “<i>Big Data Analytics</i>”) “<i>Future of Entertainment</i>” AND “<i>Augmented Reality</i>” “<i>Future of Entertainment</i>” AND (“<i>3D Printing</i>” OR “<i>Additive Manufacturing</i>”)
Google Patents	“<i>Future of Entertainment</i>” AND “<i>Cloud Computing</i>” “<i>Future of Entertainment</i>” AND (“<i>Advanced Robotics</i>” OR “<i>Autonomous Robots</i>” OR “<i>Robot</i>”) “<i>Future of Entertainment</i>” AND (“<i>Simulation</i>” OR “<i>Artificial Intelligence</i>” OR “<i>Machine Learning</i>” OR “<i>Cognitive Computing</i>”)
The Lens	“<i>Future of Entertainment</i>” AND “<i>System Integration</i>” “<i>Future of Entertainment</i>” AND (“<i>Internet of Things</i>” OR “<i>IoT</i>” OR “<i>RFID</i>” OR “<i>Smart SensOR</i>” OR “<i>Machine to Machine</i>”) “<i>Future of Entertainment</i>” AND (“<i>Cybersecurity</i>” OR “<i>Computer security</i>” OR “<i>Information Technology Security</i>”)
Google Trends	

Fonte: Autoria Própria (2021)

Na prospecção patentária foi usado o termo em inglês “*Future of Entertainment*” que abrange de maneira geral a mídia e os esportes, com o objetivo de ter dados relacionados e relevantes para o trabalho,

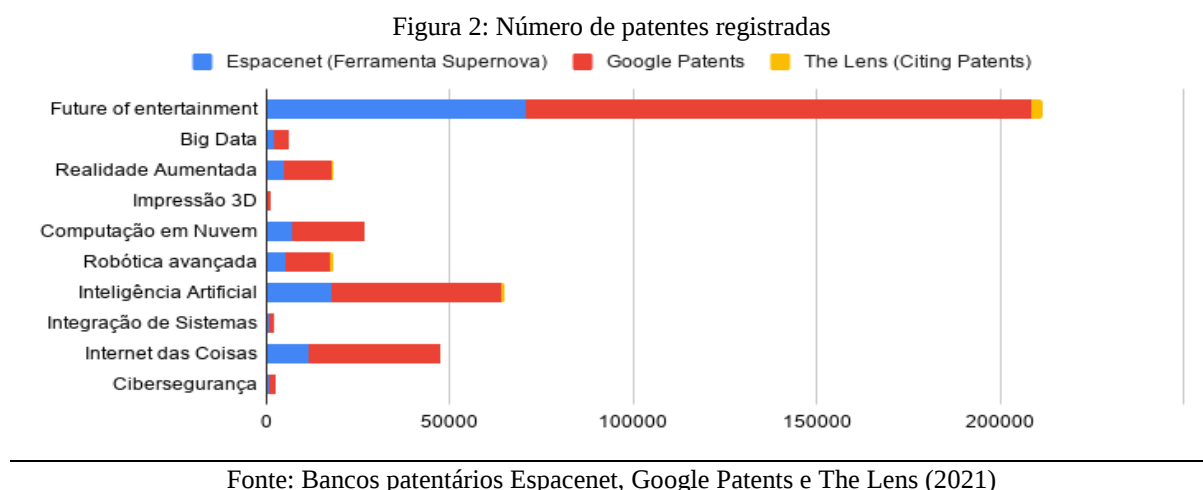
usamos todos os termos presentes na segunda coluna da tabela 1 da forma que estão escritos para abordar os principais aspectos e perspectivas desse segmento.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 O Cenário Tecnológico 4.0

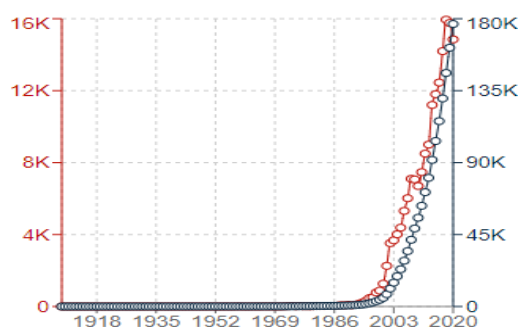
Com o intuito de identificar o desenvolvimento tecnológico voltado para o futuro do entretenimento, foi feito um mapeamento tecnológico quantificando o número de patentes registradas relacionadas a esse tema, como explica o tópico de metodologia. A prospecção foi realizada nas seguintes plataformas: Espacenet, The Lens e Google Patents. Nelas foram utilizados os termos apresentados na Tabela 1 para englobar todos os prismas desse campo. A partir das pesquisas feitas com a palavra-chave “Future of Entertainment” foram obtidos no Espacenet 70 802 resultados, no Google Patents 137 772 resultados, no The Lens 3084 resultados, nos permite mensurar o interesse tecnológico nessa área.

A figura 2 está detalhando o número de patentes em todo o mundo nas plataformas Espacenet, Google Patents e The Lens, nela apresenta o alto interesse no futuro do entretenimento, com maior relevância em Computação em Nuvem (26.646 patentes), Inteligência Artificial (64.981 patentes) e Internet das Coisas (47.481 patentes), o que mostra possíveis caminhos que o ramo do entretenimento possa seguir.



A figura 3 detalha em duas linhas as patentes registradas anualmente (linha vermelha) e o somatório de todas as patentes desde o ano de 1913 até 2021 (linha azul). Vale destacar o ano 1994, onde ocorreu o pontapé inicial para um aumento significativo no número de registros, que cresceu exponencialmente até 2021, fazendo o número total bater 180 000 e o um aumento anual de 16 000.

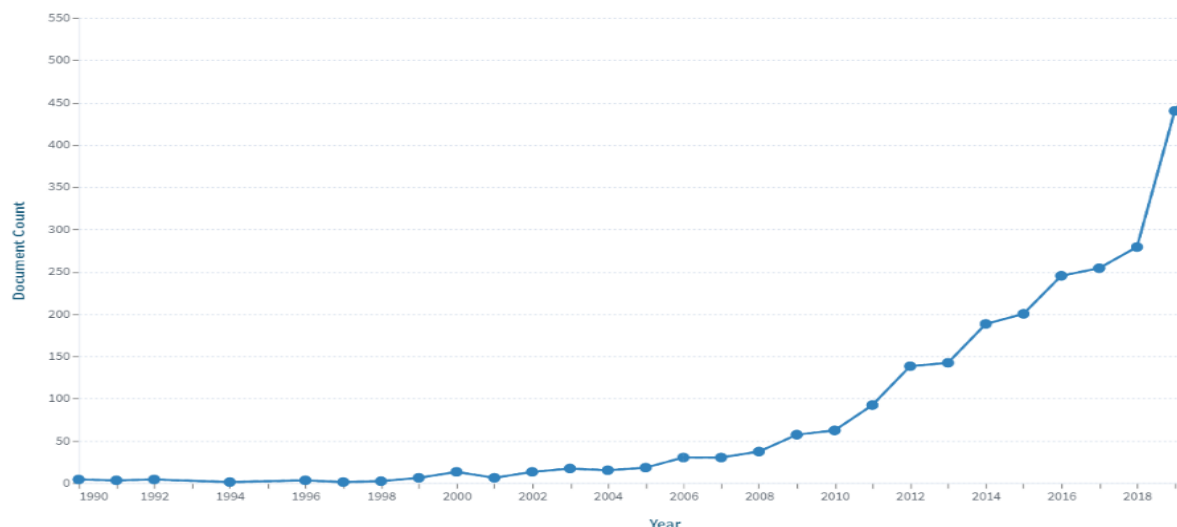
Figura 3: Número de publicações realizadas. Em vermelho (no decorrer do ano) e em azul (somatório ao longo dos anos).



Fonte: Espacenet (2021)

Figura 4: Número de publicações realizadas em cada ano

Top Publication Year by Document Count



Fonte: The Lens (2020)

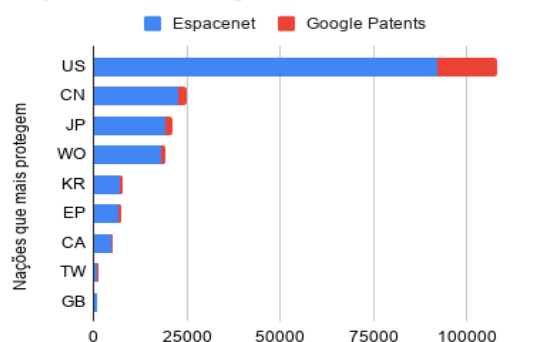
Tomando como base os dados prospectados, torna-se evidente que os investimentos no desenvolvimento tecnológico do setor de entretenimento vêm se intensificando nas últimas décadas, o número de patentes reflete a quantidade de ideias que estão sendo amadurecidas para, em um futuro próximo, inovar na forma como nos entretemos.

4.2 O Cenário Mercadológico 4.0

Na elaboração do mapeamento mercadológico mundial, foram utilizadas as seguintes plataformas: Google trends, Espacenet, notícias encontradas a partir do Google e artigos do *World Economic Forum*.

Figura 5: Nações que mais registram patentes

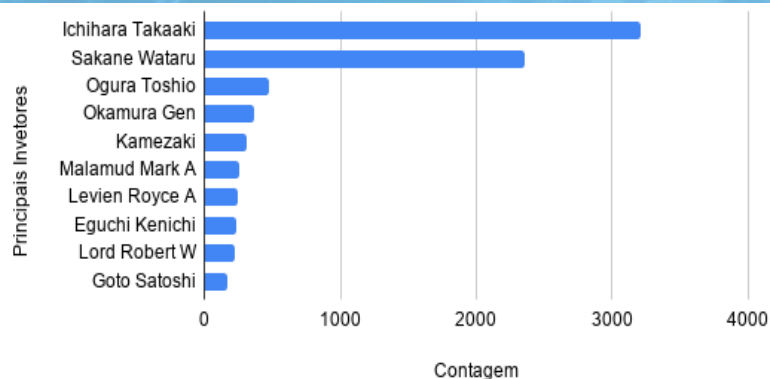
Espacenet e Google Patents



Fonte: Espacenet e Google Patents (2021)

Existe uma disputa de interesses entre várias nações ao redor do globo pelo domínio das inovações na área de entretenimento, a figura 5, mostra os países que mais pesquisam nesse setor e em primeiro lugar estão os EUA com uma larga vantagem em relação à China (segundo colocado) seguida pelo Japão (terceiro colocado).

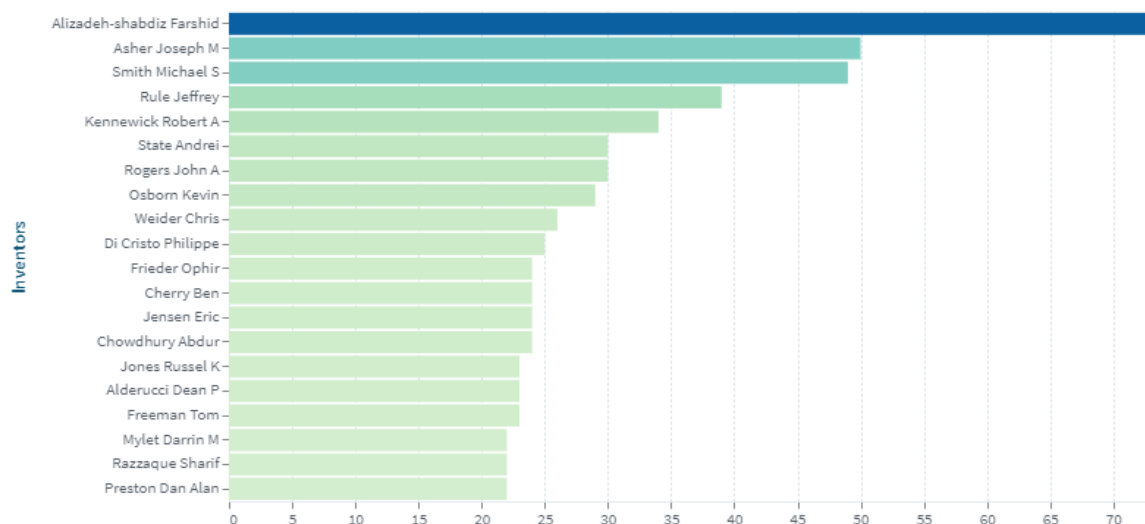
Figura 6: Principais inventores



Fonte: Espacenet (2021)

Figura 7: Principais Inventores

Top Inventors by Document Count



Fonte: The Lens (2021)

O ramo do entretenimento é extremamente lucrativo e isso estimula inventores a migrarem para essa área, o reflexo disso são os grandes números de patentes registradas anualmente, essas colaborações têm como dois principais inventores no mercado, segundo o espacenet, são Ichihara Takaaki (primeiro colocado com mais de 3000 invenções) e Sakane Wataru (segundo colocado com mais de 2000 invenções). Já na plataforma The Lens, mostra que Alizadeh-shabdiz Farshid (mais de 70) e Asher Joseph M (com 50) como os principais inventores.

Identificou-se os 5 principais players, que são: LG Electronics Inc, Microsoft, Intel Corp, Qualcomm Inc, Apple Inc. A tabela 2 mostra os 5 players relacionados com suas inovações e aplicações, como também, ao pilar habilitador. Ao analisar os líderes patentários, nota-se que eles têm grande prestígio no mercado e têm forte potencial para explorar mercados. No Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) não encontramos nenhuma patente relacionada com os 5 principais aplicantes no território brasileiro.

Tabela 2 - Principais líderes patentários e sua inserção no Brasil

Os 5 principais players identificados	Inovações (a partir de 2016)	Aplicações	Pilar 4.0
LG ELECTRONICS INC	LG G Watch R - Primeiro relógio inteligente vem com tela "full circle" e display OLED.	Melhor visualização do display do relógio. Com nitidez que se aproxima de um smartphone.	Artificial Intelligence
MICROSOFT CORPORATION	Microsoft anuncia inovações inteligentes de segurança para ajudar as empresas a gerenciar ameaças da nuvem à fronteira.	Aumentar a segurança no armazenamento de dados.	Cybersecurity
INTEL CORPORATION	Memória e armazenamento para a computação centrada em dados.	Serve para aumentar a competência do computador.	Artificial Intelligence
QUALCOMM INC	Quick Charge 5.0	Carregamento acelerado para smartPhones	Internet of Things
APPLE INC	FaceID	Maior segurança para o desbloqueio do aparelho e praticidade.	Artificial Intelligence

Fonte: Adaptado ARRUDA (2021), BERGHER (2021), GUGELMIN (2021), Microsoft News Center Brasil (2018) e MORE(2021).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aumento da esfera da mídia nos últimos anos é notório e significativo, as mudanças e a demanda crescente são essenciais para esse destaque. Com as adversidades geradas pela pandemia causada pelo COVID-19 o ramo mostrou-se altamente maleável, provando sua estabilidade.

Com esse trabalho foi possível observar que a área do entretenimento não está apenas crescendo de forma avassaladora, mas também que ela ainda à de continuar a crescer e se desenvolver, refinando-se e aprimorando-se cada vez mais. Ainda há nesse campo muitas coisas a serem exploradas, e com o avanço constante da tecnologia, muito mais a se explorar está por vir.

Muitas empresas focam seu tempo e recursos para firmar-se nesse ramo, pois veem nele uma oportunidade de estar sempre inovando, são vastas as possibilidades e sempre há mais e mais coisas a se fazer. Não só isso, mas a quantidade de consumidores crescendo de forma exponencial torna tudo ainda mais atrativo.

Com a IV revolução industrial, as mudanças neste setor abriram portas para uma democratização tanto nos usuários quanto para os produtores. Houveram ampliações e adaptações que proporcionaram um impulso para os chamados *e-sports*, âmbito esse que está em avanço constante levando em consideração que muitos consumidores de esportes convencionais migraram para os esportes eletrônicos devido às mudanças e dificuldades geradas pelo COVID-19.

Vendo este cenário podemos concluir que o ramo da mídia e entretenimento tende a crescer dia após dia, já que as inovações tecnológicas voltadas para este campo não param de surgir, facilitando o acesso para pessoas mais carentes, mostrando mais capacidade de demonstrar qualidade, gerando mais conteúdo e produtos para consumo, e mais e mais fontes de renda, tanto a nível industrial como para níveis mais simples e individuais.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Wellington. **Qualcomm lança Quick Charge 5 com 100W+ que carrega 100% em 15 minutos.** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/produto/155555-qualcomm-lanca-quick-charge-5-100w-carrega-100-15-minutos.htm>. Acesso em: 14 mar. 2021.

BERGHER, Ricardo. **O que é Face ID? Conheça a tecnologia de reconhecimento facial da Apple.** Disponível em: <https://www.zoom.com.br/celular/deumzoom/o-que-e-face-id-reconhecimento-facial-apple>. Acesso em: 14 mar. 2021.

BRADY, Erik. **Como será o mundo dos esportes daqui a 25 anos?.** Disponível em: <https://www.usatoday.com/story/sports/2016/01/26/future-of-sports-athlete-stadium-broadcasting-e-sports-fa.ns/79325114/>. Acesso em: 15 mar. 2021.

CLIENTESA. **O futuro da mídia no Brasil.** Disponível em: <https://www.clientesa.com.br/gestao/69311/o-futuro-da-midia-no-brasil>. Acesso em: 15 mar. 2021.

GUGELMIN, Felipe. **Intel anuncia inovações de memória e armazenamento para a computação centrada em dados.** Disponível em: <https://mundoconectado.com.br/noticias/v/10601/intel-anuncia-inovacoes-de-memoria-e-armazenamento-para-a-computacao-centrada-em-dados>. Acesso em: 16 mar. 2021.

HALL, Stefan; LALANI, Farah. **É hora de mudar a forma como pensamos sobre o valor da mídia.** Disponível em: <https://intelligence.weforum.org/search/publications/3b41fe8041944635991ff5dd65ada0f7>. Acesso em: 10 mar. 2021.

INTERNET WORLD STATS. disponível em: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Acesso em: 11 mar. 2021.

MANEY, Kevin. **O futuro do fandom de esportes.** Disponível em: <https://www.strategy-business.com/blog/The-future-of-sports-fandom?gko=5731d>. Acesso em: 15 mar. 2021.

MICROSOFT NEWS CENTER BRASIL. **Microsoft anuncia inovações inteligentes de segurança para ajudar as empresas a gerenciar ameaças da nuvem à fronteira.** Disponível em: <https://news.microsoft.com/pt-br/microsoft-anuncia-inovacoes-inteligentes-de-seguranca-para-ajudar-as-empresas-a-gerenciar-ameacas-da-nuvem-a-fronteira/>. Acesso em: 16 mar. 2021.

MORÉ, Carol T. **5 melhores inovações da LG apresentadas na LG digital experience.** Disponível em: <https://followthecolours.com.br/cooltura/5-melhores-inovacoes-da-lg-apresentadas-na-lg-digital-experience/>. Acesso em: 16 mar. 2021.

MURDOCH, Robin. **Mídia e entretenimento em fluxo: é hora do close-up.** Disponível em: <https://intelligence.weforum.org/search/publications/f556d9b839bd49aaaf66a8b100639d81>. Acesso em: 14 mar. 2021.

RENNER, Vinicius. **O futuro dos esportes é grande, complexo e global.** Disponível em: <https://b2game.com.br/o-futuro-do-esports/>. Acesso em: 14 mar. 2021.

SANTOS, Maíra. **A migração das mídias tradicionais para a internet.** Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1884/2/20366032.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2021.

SHAMA, Nael. **Análise pontual de estudiosos da Carnegie sobre eventos relacionados ao Oriente Médio e Norte da África.** Disponível em: https://carnegie-mec.org/diwan/83954?utm_source=rss&utm_medium=rss. Acesso em: 01 mar. 2021.

WORLD ECONOMIC FORUM. **O futuro da mídia: uma nova estrutura para valorizar o conteúdo.** Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-media-a-new-framework-for-valuing-content>. Acesso em: 15 mar. 2021.