



REVISTA OWL (OWL Journal)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

EMPREENDEDORISMO JOVEM E INOVAÇÃO DIGITAL NO COMÉRCIO DE IMPORTADOS: RELATO DE EXPERIÊNCIA

YOUNG ENTREPRENEURSHIP AND DIGITAL INNOVATION IN THE IMPORTED TRADE: EXPERIENCE REPORT

JÓVENES EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN DIGITAL EN EL COMERCIO IMPORTADO: INFORME DE EXPERIENCIA

DOI: 10.5281/zenodo.1737932



Mateus de Castro Damasceno¹

Paloma Moreira de Oliveira²

Guilherme Frederico Abdul Nour³

Nathanael de Souza Maciel⁴

Tatiane da Silva Coelho⁵

RESUMO

Objetivo: Descrever a experiência da jornada empreendedora de um adolescente com o auxílio da tecnologia no comércio de importados. **Referencial Teórico:** A presente experiência se apoia na educação empreendedora, transformação digital e comportamento empreendedor, oferecendo base conceitual para compreender como a tecnologia pode impulsionar práticas inovadoras e fortalecer a

1 Colégio Farias Brito, Fortaleza, Ceará, Brazil. E-mail: brainstormcd@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0000-7627-5244>

2 Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, Brazil. E-mail: paloma.oli_@hotmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3869-0268>

3 Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, Brazil. E-mail: guilhermefrede@yahoo.com.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5000-62033>

4 Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, Brazil. E-mail: nathanael.souza.inf@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5088-011X>

5 Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, Brazil. E-mail: tatiane25coelho@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9810-6107>





REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

autonomia. **Método:** Trata-se de um relato de experiência. A jornada foi dividida em quatro etapas: Reflexão e planejamento para adquirir capital inicial, escolha de um nicho estratégico para reinvestimento, organização financeira e ferramentas de negócios e meios de divulgação e venda. O projeto foi iniciado em 2021. Utilizaram-se as ferramentas: Empresa de redirecionamento, *Instagram Ads*, *Facebook Marketplace* e OLX. **Resultados:** Foi desenvolvida uma loja virtual de produtos importados no *Instagram*. A divulgação foi realizada com recursos de anúncios pagos e crescimento orgânico com foco em produtos de maior desejo popular com valores mais acessíveis e competitivos. Os produtos mais procurados foram *iPhones*, *Apple Watches* e roupas. A experiência resultou em senso maior de responsabilidade e autonomia. O projeto recebeu retornos positivos, destacando-se pela eficácia e pela qualidade esperada. **Conclusão:** Com a facilidade de acesso à informação e comunicação, jovens têm a oportunidade de gerar uma independência. Com planejamento, organização e ideias inovadoras pode-se criar projetos sustentáveis que impactam a sociedade positivamente. Este estudo destaca-se por relatar uma experiência inédita de empreendedorismo juvenil mediada por tecnologias digitais, evidenciando o potencial da inovação e do comércio eletrônico na formação empreendedora e no protagonismo de jovens.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Inovação. Tecnologia da Informação. Adolescente.

ABSTRACT

Objective: To describe the experience of a teenager's entrepreneurial journey with the help of technology in the imported goods trade. **Theoretical Framework:** This experience is based on entrepreneurial education, digital transformation, and entrepreneurial behavior, offering a conceptual basis for understanding how technology can drive innovative practices and strengthen autonomy. **Method:** This is an experience report. The journey was divided into four stages: Reflection and planning to acquire initial capital, choosing a strategic niche for reinvestment, financial organization, and business tools and means of promotion and sales. The project began in 2021. The following tools were used: a retargeting company, *Instagram Ads*, *Facebook Marketplace*, and OLX. **Results:** An online store for imported goods was developed on *Instagram*. Promotion was carried out using paid advertising and organic growth, focusing on highly sought-after products at more affordable and competitive prices. The most sought-after products were *iPhones*, *Apple Watches*, and clothing. The experience resulted in a greater sense of responsibility and autonomy. The project received positive feedback, standing out for its effectiveness and expected quality. **Conclusion:** With easy access to information and communication, young people have the opportunity to build independence. With planning, organization, and innovative ideas, sustainable projects can be created that positively impact society. This study stands out for reporting an unprecedented experience of youth entrepreneurship mediated by digital technologies, highlighting the potential of innovation and e-commerce in entrepreneurial development and youth empowerment.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Information Technology. Adolescent.





REVISTA OWL (OWL Journal)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

RESUMEN

Objetivo: Describir la experiencia de un adolescente en su trayectoria empresarial con la ayuda de la tecnología en el comercio de productos importados. **Marco teórico:** Esta experiencia se basa en la educación emprendedora, la transformación digital y el comportamiento emprendedor, ofreciendo una base conceptual para comprender cómo la tecnología puede impulsar prácticas innovadoras y fortalecer la autonomía. **Método:** Se trata de un informe de experiencia. La trayectoria se dividió en cuatro etapas: Reflexión y planificación para la adquisición de capital inicial, elección de un nicho estratégico para la reinversión, organización financiera y herramientas comerciales, así como medios de promoción y ventas. El proyecto comenzó en 2021. Se utilizaron las siguientes herramientas: una empresa de retargeting, Instagram Ads, Facebook Marketplace y OLX. **Resultados:** Se desarrolló una tienda en línea de productos importados en Instagram. La promoción se realizó mediante publicidad pagada y crecimiento orgánico, centrándose en productos de alta demanda a precios más asequibles y competitivos. Los productos más buscados fueron iPhones, Apple Watches y ropa. La experiencia generó un mayor sentido de responsabilidad y autonomía. El proyecto recibió comentarios positivos, destacando por su efectividad y la calidad esperada. **Conclusión:** Gracias al fácil acceso a la información y la comunicación, los jóvenes tienen la oportunidad de desarrollar su independencia. Con planificación, organización e ideas innovadoras, se pueden crear proyectos sostenibles que impactan positivamente a la sociedad. Este estudio destaca por reportar una experiencia sin precedentes de emprendimiento juvenil mediado por tecnologías digitales, destacando el potencial de la innovación y el comercio electrónico en el desarrollo empresarial y el empoderamiento juvenil.

Palabras clave: Emprendimiento. Innovación. Tecnologías de la Información. Adolescente.

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo jovem é uma iniciativa a partir de uma ideia inovadora para criação do seu próprio negócio com fins de solucionar problemas sociais e financeiros (Alzate *et al.*, 2024). Os jovens de hoje estão ambientados ao mundo da terceira revolução industrial (técnico-científica) onde se têm mais ferramentas para empreender (Klerk *et al.*, 2025). Como, por exemplo, a internet e as redes sociais, com um papel importante no impulsionamento do mercado consumidor.

Devido às altas taxas de desigualdade social em nosso país e à dificuldade na busca da formalização de um primeiro emprego, muitos jovens no Brasil buscam nichos específicos para empreender com o objetivo de gerar renda familiar (Motta; Pires, 2024). Geralmente se procura a comercialização de produtos mais populares e de alto nível de consumo. Segundo o estudo Empreendedorismo Jovem no Brasil, realizado pelo SEBRAE, baseado em dados do





REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

IBGE, no segundo trimestre de 2021, aproximadamente 1,9 milhão de brasileiros se declararam jovens empreendedores. Os setores que mais crescem são tecnologias, estética e alimentação, destacando-se pela disposição em adotar modelos de negócio mais ágeis e novas ferramentas de gestão (JA Brasil, 2025).

Dentre estes setores, a tecnologia tem oportunizado a alguns adolescentes e jovens buscarem uma maior independência financeira, desde a contribuição de uma renda familiar até a aquisição de bens materiais não essenciais, sem depender diretamente dos seus responsáveis. Neste pensamento, a educação financeira é algo essencial desde cedo para que o indivíduo possa gerenciar suas próprias despesas e gastos (Faveri *et al.*, 2023).

Esse relato mostra que mesmo sendo um adolescente, com um investimento relativamente baixo, pode se empreendedor, buscando, ganhar independência financeira na sociedade. Além de incentivar, mostra também os prós e contras do empreendedorismo a outros jovens brasileiros que também pensam em começar nesse mundo financeiro. Foi pensando nesse contexto que objetivou-se descrever a experiência da jornada empreendedora de um adolescente com o auxílio da tecnologia no comércio de importados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No cenário contemporâneo, o espírito empreendedor emerge como um catalisador essencial para a prosperidade econômica e a criação de soluções inovadoras. A mentalidade empreendedora não está restrita àqueles que estabelecem as próprias empresas; ela se manifesta em todos os que estão dispostos a assumir riscos e a inovar de forma contínua, independentemente de estarem envolvidos em empreendimentos próprios (Oliveira *et al.*, 2024).

O empreendedorismo, por sua vez, alimenta a expectativa de autonomia individual, ainda que limitada pelas condições do mundo do trabalho. Ele simboliza a utopia de um mundo sem hierarquias rígidas, sem horários fixos e voltado à realização pessoal. Além disso, representa um caminho de transformação social em uma sociedade cada vez menos engajada com formas tradicionais de militância e organização partidária (Costa; Iamamoto, 2025).





REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

Se o empreendedorismo é relevante para o contexto socioeconômico mundial, a Ciência da Informação reforça a necessidade de investir na educação empreendedora desde a infância. Esse processo deve começar no ambiente familiar, onde a informação é determinante para a constituição da mentalidade empreendedora. Não se trata apenas de ensinar técnicas gerenciais ou incentivar a abertura de empresas, mas de cultivar valores como persistência, resiliência e protagonismo, além de promover uma cultura que compreende o erro como parte do processo de aprendizagem. Dessa forma, pais e educadores desempenham papel fundamental na formação de indivíduos capazes de buscar novos conhecimentos, aprimorar-se continuamente e contribuir para a sociedade de maneira significativa (Fonseca; Nassif, 2022).

O jovem que recebe educação voltada ao empreendedorismo desenvolve características comportamentais que vão além da criação de um negócio próprio. Ele aprende a empreender na vida, impactando positivamente suas relações com o trabalho, com a sociedade e com seus projetos pessoais e profissionais (Desidério; Frutuoso, 2022).

Frequentemente, o jovem empreendedor é retratado como um agente dinâmico que aquece o mercado econômico, introduz novos produtos e serviços, cria formas criativas de gestão e explora novos recursos e materiais. No contexto digital, esses jovens encontram oportunidades para empreender, demonstrar talentos e habilidades, fortalecendo um perfil empreendedor alinhado às demandas do universo tecnológico contemporâneo (Tome, 2023).

Com o avanço das tecnologias, os jovens tornaram-se mais expostos a informações e estímulos mercadológicos, o que torna essencial o desenvolvimento de competências financeiras. A literatura evidencia a necessidade de conhecimentos e orientações financeiras que auxiliem os jovens a tomarem decisões assertivas, promovendo segurança econômica e autonomia ao longo da vida. Essa preocupação tem mobilizado profissionais de diferentes áreas, reforçando a importância da educação financeira desde as etapas iniciais da formação escolar (Scoassado; Plotze, 2024).

3 MÉTODO

Revista *OWL Journal*, Campina Grande – PB, v.3.n.5. out/nov/dez. 2025 – ISSN 2965-2634

A Revista *OWL Journal* está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição (CC BY)

5/11





REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

Trata-se de um estudo descritivo do tipo relato de experiência, realizado na cidade de Fortaleza, no estado do Ceará, por um adolescente com a vontade de empreender e conseguir independência financeira por meio de produtos importados com ambiente virtual dos *Marketplaces* online.

Todo o processo foi realizado somente pelo autor, desde selecionar os produtos até a entrega final da mercadoria.

Este relato utilizou o Método de Design Centrado no Usuário (Runaas *et al.*, 2017) adaptado para este relato. O projeto foi desenvolvido em quatro etapas:

1) Reflexão e planejamento para aquisição de capital inicial, 2) Escolha de um nicho estratégico para reinvestimento, 3) Organização financeira e ferramentas de negócios, e 4) Meios de divulgação e venda.

A primeira etapa foi refletir sobre as possíveis ideias de negócio que fossem fáceis, acessíveis e que poderiam gerar uma renda inicial. O projeto teve início no ano de 2021 e segue em andamento, com produtos caseiros até a venda de produtos tecnológicos e requisitados pela população.

A segunda etapa consistiu no uso do capital adquirido inicialmente e com reinvestimento em um nicho estratégico e de alta demanda, como produtos eletrônicos que pudessem fornecer uma margem de lucro significativa e alta rotatividade no mercado.

A terceira etapa foi a busca de ferramentas de negócios para viabilidade do mesmo e, consequentemente, a organização financeira. Assim surgiu a primeira pergunta: como conseguir ter acesso a esse tipo de produtos diretamente da fonte, com objetivo principal de reduzir custos, aumentando a margem de lucro sem perder de vista a qualidade do produto e quais seriam os custos envolvidos nessa etapa de aquisição da mercadoria?

Na quarta e última etapa consistiu na utilização da internet, redes sociais e *marketplaces* e a divulgação de indivíduo a indivíduo para tornar a realização das vendas de forma mais efetiva. No entanto, sem esquecer das avaliações dos clientes por meio de *feedbacks* para melhoria do negócio.

Esse empreendimento foi exposto nas redes sociais como forma de vitrine, com um





REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

nome fantasia para a divulgação dos produtos à venda. Vale salientar que antes de iniciar as vendas de fato foi realizado o teste para validar o passo a passo desde a aquisição até a entrega do produto ao cliente.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A primeira etapa consistiu em refletir sobre uma necessidade comum na população que pudesse gerar um pequeno negócio. Este fato é bem representado por crianças em países desenvolvidos, como os Estados Unidos da América, que realizam atividades empreendedoras, visando desenvolver a educação financeira desde cedo por meio do sistema educacional, preparando-se para a vida adulta. Assim, foi idealizada a comercialização de um produto de baixo custo, tanto de produção quanto de venda.

Ao residir em uma cidade do interior, viu-se a oportunidade de iniciar vendas com um produto de baixo custo e de fácil comercialização, como doces típicos brasileiros. Inicialmente, foi solicitado um empréstimo aos pais para os gastos com materiais, utilizando um isopor para armazenar e oferecer os produtos ao público. Nesse projeto inicial, obteve-se uma quantia significativa para um jovem de dez anos.

Em seguida, foi realizada a escolha de um nicho estratégico para reinvestimento do capital ganho. Identificou-se que muitos jovens da mesma faixa etária tendem a gastar todo o dinheiro obtido, mas nesta experiência optou-se por reservar o lucro, aguardando uma oportunidade de reinvestimento.

Certo dia, de forma inesperada, houve a oportunidade por meio de um vídeo do YouTube em que um rapaz explicava como importar produtos de forma mais barata e obter lucro revendendo no Brasil. Ele explicava certos passos básicos, oferecendo o restante das informações por meio de um curso pago, que era inviável, então optou-se por buscar essas informações de forma gratuita. Posteriormente, ingressou-se em diversas comunidades no Facebook. Com isso, foi possível estabelecer contato com um residente da mesma cidade, que explicou como funcionava o processo. Dessa forma, foram aprendidas algumas técnicas





REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

essenciais, possibilitando a realização da primeira importação. Para esta primeira experiência, uniu-se o útil ao agradável, onde se aproveitou o interesse de um familiar em adquirir um perfume importado com preço mais acessível, foi aí que me ofereci para comprá-lo por meio da importação. Os produtos-alvo de comercialização seriam produtos desejados em alta como *iPhones*, *Apple Watches* e roupas. Neste momento houve o desenvolvimento de uma loja virtual no Instagram.

A terceira etapa correspondeu à organização financeira e ferramentas de negócios. A partir do teste realizado, confirmou-se que a importação seria o meio viável de fornecimento das mercadorias. Para melhor organização financeira, realizava-se o planejamento do gasto total de uma importação. Considerava-se necessário somar os seguintes gastos: valor do produto, o frete e a taxa aduaneira, sempre adotando valores superiores para possíveis imprevistos. Em seguida, deve-se analisar a margem de lucro potencial, permitindo a análise criteriosa sobre a viabilidade econômica da revenda. Recomenda-se trabalhar apenas com o capital disponível, evitando empréstimos adicionais que pudessem comprometer o controle financeiro.

A última etapa correspondeu à divulgação e aos meios de venda utilizados. Foram empregados métodos como propaganda “boca a boca”, uma divulgação orgânica, sem custos, e como divulgações pagas como *Instagram Ads* e impulsionamento em marketplaces digitais como *Facebook Marketplace* e OLX. Um dos principais desafios observados nos marketplaces é a presença significativa de oportunistas, que exige cautela na identificação de compradores confiáveis. Recomenda-se a realização de vendas presenciais, preferencialmente em locais públicos, a fim de minimizar riscos. Considerando o contexto social brasileiro, caracterizado por elevada desigualdade social, recomenda-se atenção redobrada nas transações.

Em síntese, por um período de aproximadamente um ano de negócio, foi realizado um total de sete vendas entre eletrônicos, cosméticos e roupas. Atualmente, a loja faz somente pedidos por encomenda, em que se tem uma frequência de pelo menos um pedido por mês,





REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

este fato se deu principalmente por conta dos estudos e do ingresso no ensino médio, fato que requisitou uma maior atenção e tempo disponível.

Com a facilidade de acesso à informação e à comunicação, os jovens têm a oportunidade de gerar uma independência financeira com a internet em diferentes nichos. Com planejamento, organização e ideias inovadoras, pode-se criar projetos sustentáveis onde o jovem ganha maturidade e responsabilidade que impactam a sociedade positivamente, além de grandes aprendizados para a vida pessoal. A simples vivência com a venda de doces e posterior comercialização de produtos importados oportunizou habilidades essenciais para o futuro. Mesmo diante dos desafios e limitações impostos pela vida adulta, a compreensão da educação financeira é essencial para a formação de um indivíduo.

No início do projeto houve uma certa empolgação, talvez com um pouco de insegurança, pelo fato de nunca ter comercializado esses produtos, mas somente para consumo próprio. A dificuldade mais relevante foi conseguir realizar as vendas por meio dos marketplaces pelo fato da presença de golpistas, então fui aprendendo na prática usando o pensamento crítico e estratégias de venda (realizar somente vendas presenciais e locais seguros, produto para um lado dinheiro para o outro, nada de pagamento por plataforma, golpistas usam cartões clonados ou cancelam a compra, sempre processo de venda 100% presencial) para desviar desses problemas. O resto do processo que inclui majoritariamente as etapas de importações foram bem tranquilas pela certa experiência já adquirida em importação de produtos para consumo próprio. As habilidades novas adquiridas foram em relação a organização e planejamento financeiro (saber os gastos totais e cálculo das margens de lucro) e habilidades de negociação e de realizar uma venda de forma segura. Essas habilidades furam a bolha, porque não são só importantes nesse contexto empreendedor, mas para o contexto da vida adulta, onde aí sim tem uma pressão maior sobre suas decisões não só financeiras onde percebe que tudo na vida principalmente na vida adulta tem que ser realizado com organização, planejamento e um certo poder de convencimento.

Em resumo as habilidades empreendedoras desenvolvidas foram: planejamento, organização, negociação e o uso de tecnologia, como passos importantes no desenvolvimento





REVISTA OWL (OWL Journal)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

educacional e financeiro de uma criança/jovem para uma vida com mais responsabilidade socialmente.

5 CONCLUSÃO

Atualmente, com a facilidade de acesso à informação e comunicação, jovens têm a oportunidade de gerar uma independência financeira com a internet em diferentes nichos. Com planejamento, organização e ideias inovadoras pode-se criar projetos sustentáveis onde o jovem ganha maturidade e responsabilidade que impacta a sociedade positivamente. Em resumo, essa experiência com o empreendedorismo proporcionou um amadurecimento pessoal, controle financeiro, aquisição de uma melhor oratória e relação interpessoal, bem como mais poder de negociação, sendo que todos os jovens deviam ter a oportunidade de uma experiência similar em algum momento de sua vida escolar.

REFERÊNCIAS

ALZATE, P.; MEJÍA-GIRALDO, J. F.; JURADO, I.; HERNANDEZ, S.; NOVOZHENINA, A. *Research perspectives on youth social entrepreneurship: Strategies, economy, and innovation*. Journal of Innovation and Entrepreneurship, v. 13, n. 1, p. 49, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00410-7>.

COSTA, H.; IAMAMOTO, S. A. S. *Jovens empreendedores e utopias periféricas na zona sul de São Paulo*. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, v. 27, e202508pt, 2025. DOI: <https://doi.org/10.22296/2317-1529.rbeur.202508pt>.

DESIDÉRIO, V.; FRUTUOSO, H. M. *Relato de experiência sobre a formação do jovem empreendedor durante a pandemia COVID-19*. Revista Nova Paideia - Revista Interdisciplinar em Educação e Pesquisa, v. 4, n. 3, p. 695–706, 2022. DOI: <https://doi.org/10.36732/riep.vi.196>.

FAVERI, D. B. de; KROETZ, M.; VALENTIM, I. *Educação financeira para crianças*. Revista de Gestão e Secretariado, v. 14, n. 7, p. 10899–10909, 2023. DOI: <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i7.2452>.





REVISTA OWL (OWL Journal)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

FONSECA, F.; NASSIF, M. E. *Informação e empreendedorismo: Estudos de caso com acadêmicos brasileiros e canadenses*. Perspectivas em Ciência da Informação, v. 27, p. 167–195, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/1981-5344/42029>.

JA BRASIL. *Inspire e prepare jovens para o futuro com a Junior Achievement*. 2025. Disponível em: <https://jabrasil.org.br/>. Acesso em: 11 out. 2025.

KLERK, S.; BUICK, F.; RANASINGHNE, G. *Unlocking the power of youth: Harnessing technology to break through market barriers*. Journal of Innovation and Entrepreneurship, v. 14, n. 1, p. 79, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00531-7>.

MOTTA, L.; PIRES, A. *Experiências juvenis de millennials e jovens vulneráveis: O discurso do protagonismo juvenil e seus efeitos desiguais*. Sociologias, v. 26, e, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1590/18070337-125847>.

OLIVEIRA, A. A. R.; OLIVEIRA, A. C. de; SANTOS, A. S. dos. *Fomento do espírito empreendedor: Um relato de experiência do Projeto Empreender por InspiraÇÃO, em João Pessoa (PB)*. Conecte-se! Revista Interdisciplinar de Extensão, v. 8, n. 16, p. 445–455, 2024. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2594-5467.2024v8n16p445-455>.

SCOASSADO, A. P. O. V.; PLOTZE, R. *Financial education as a strategy for personal financial management and improving quality of life for young people*. Cadernos de Educação, Tecnologia e Sociedade, 2024. Disponível em: <https://brajets.com/brajets/article/view/1217>. Acesso em: 11 out. 2025.

TOME, A. S. *Identidades e representações sociais na construção do “jovem empreendedor” nas mídias de negócios*. Revista Comunicação Universitária, v. 3, n. 1, 2023. DOI: <https://doi.org/10.69675/RCU.2763-7646.6379>.

Recebido em: 15/08/2025

Aprovado em: 25/09/2025

Publicado em: 17/10/2025

