



"Hoje eu não vou arranjar briga na internet"

5min depois

  ACHO QUE VC NÃO ENTENDEU VOU FALAR NA SUA LÍNGUA

Curtir · Responder · 4 h

  OINC OINC OINC OINC OOOOOINC

Curtir · Responder · 4 h · Editado

**KKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK**

# ESTAMOS PERDENDO A CAPACIDADE DE DIALOGAR.

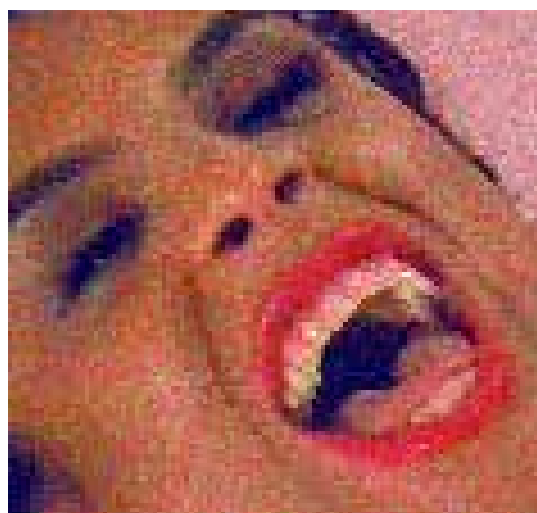
**Nesse LAB, você vai entender porque anda brigando tanto na internet**

Twitter, Facebook, Instagram e Whatsapp dominaram nossas vidas e a gente cada vez mais tem espaços para dialogar, trocar informações e estabelecer pontes para o debate. No entanto, o que mais ouvimos por aí é que nunca foi tão difícil trocar ideia com o outro.

64%

**das pessoas já entraram em confrontos de opinião no whatsapp**

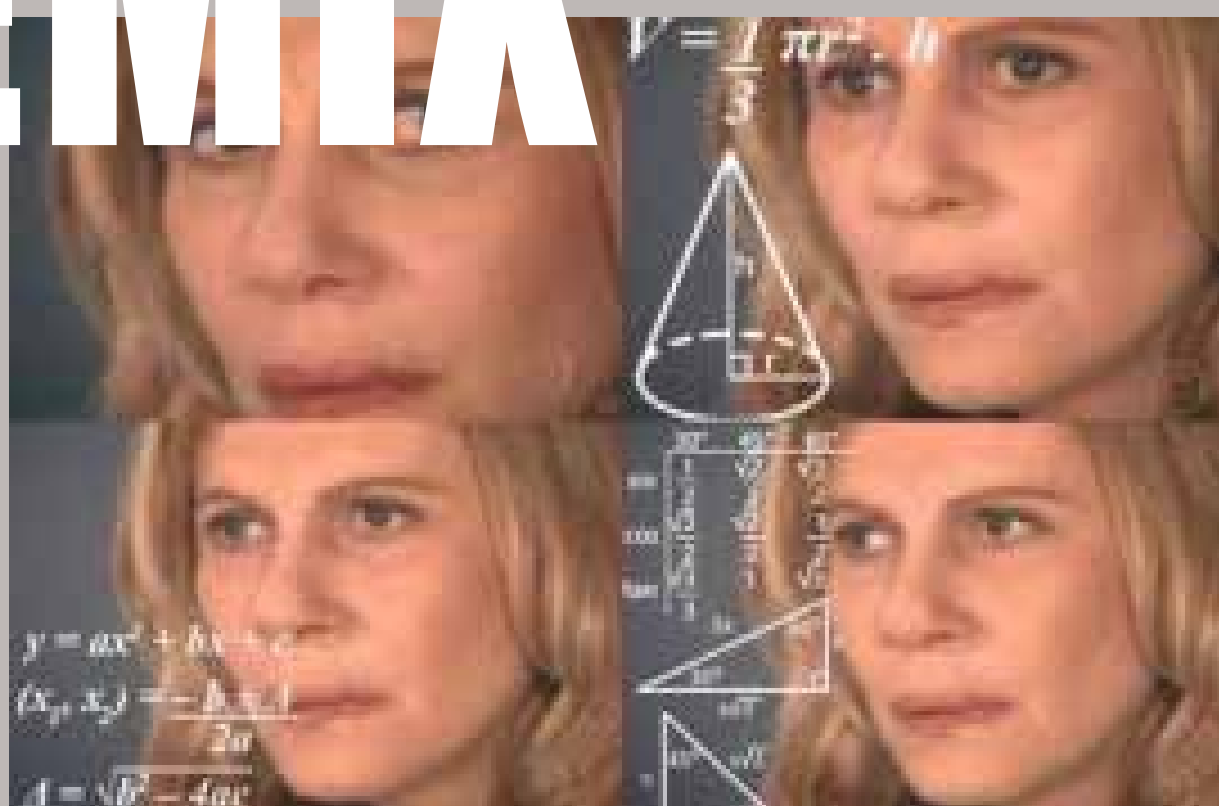
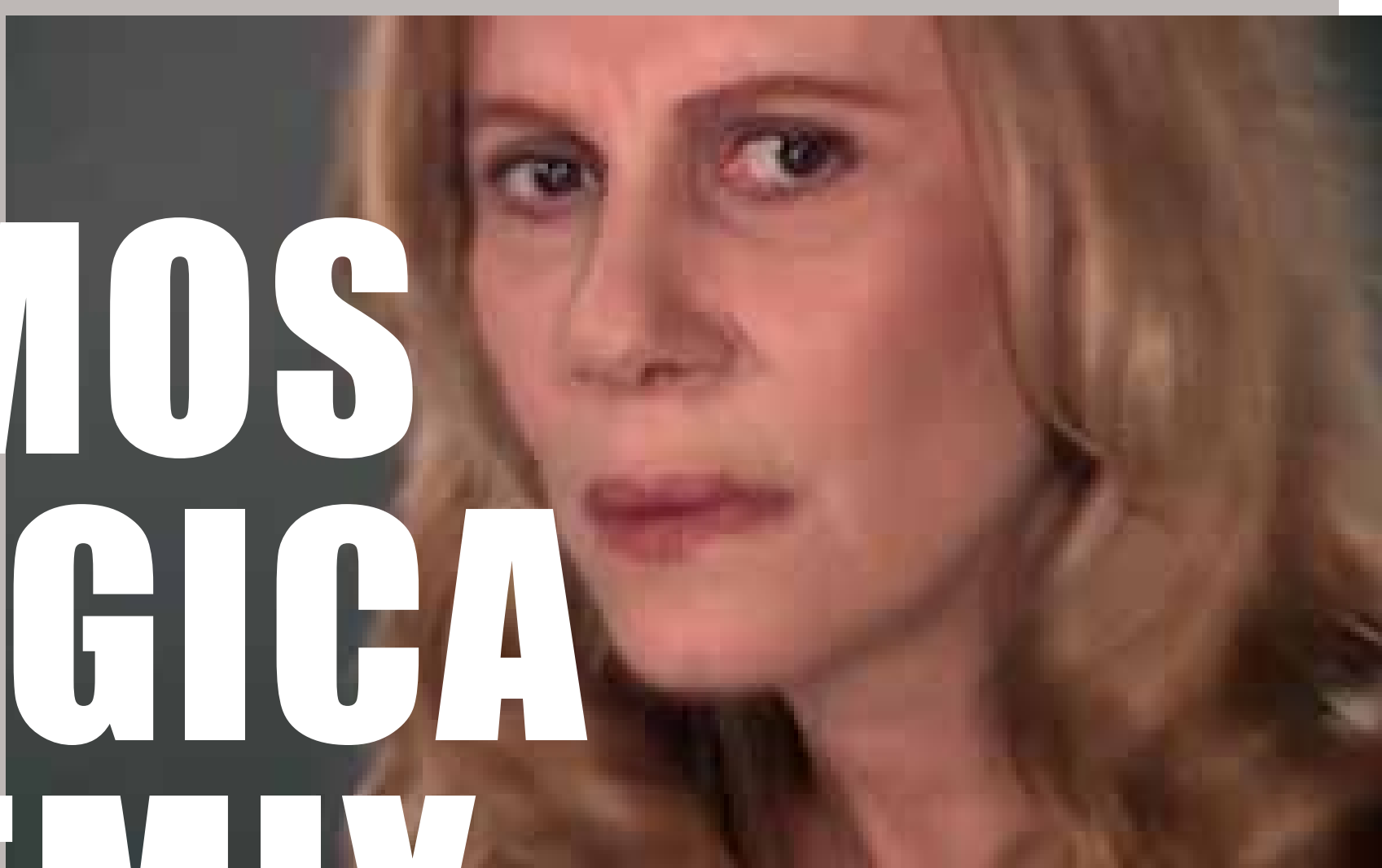
**Onde as pessoas estão discutindo atualmente?**



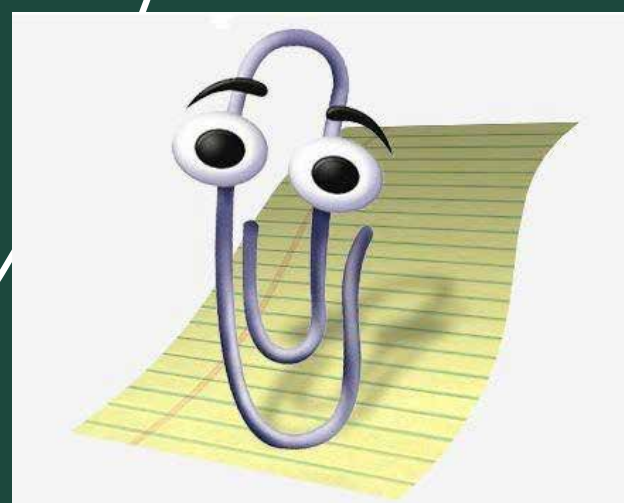
# VIVEMOS NA LÓGICA DO REMIX

Tudo pode ser ou não ser alguma coisa: imagens, textos, conceitos, palavras. Com pequenas alterações, imagens mudam de significado, graças às milhares de possibilidades dentro do mundo das redes e da cultura. Tudo acontece na lógica do remix.

Essa infinita gama de possibilidades nos deixa perdidos, e a cada momento que passa, novos sentidos e conteúdos são criados a partir dessa relatividade.

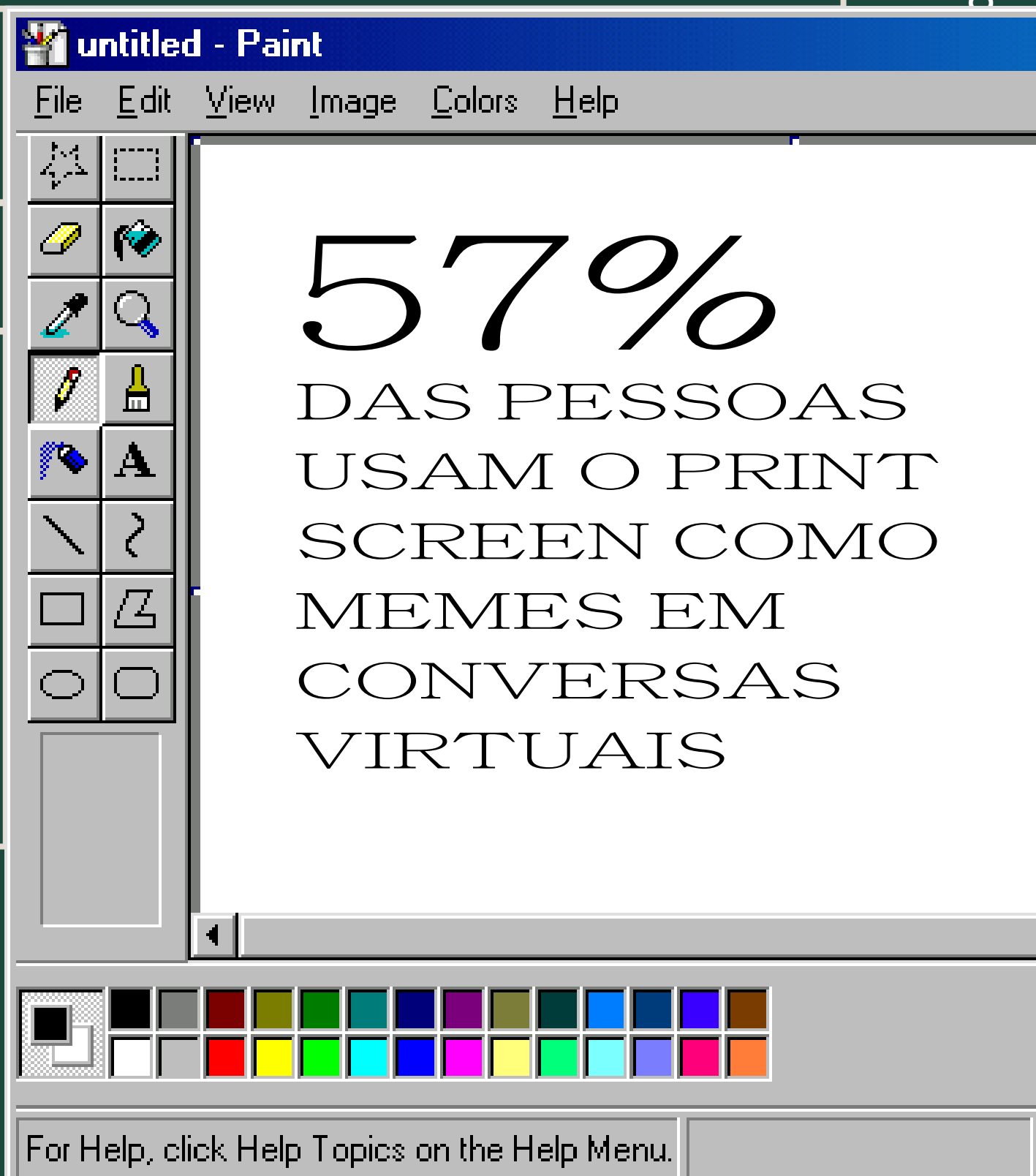


**REMIX**  
É QUANDO TIRAMOS AS COISAS DO SEU CONTEXTO ORIGINAL, AS ALTERAMOS E INSERIMOS EM NOVOS CONTEXTOS



FERNANDO FONTANELLA,  
ESPECIALISTA EM CULTURA DIGITAL

“O REMIX  
ACONTECE  
QUANDO  
ALGUÉM SE  
APROPRIA  
DE UM  
CONTEÚDO,  
BUSCA NOVAS  
FONTES DE  
REFERÊNCIAS  
E CRIA OUTRA  
COISA.”



# HÁ MUITO EM JOGO NA COMUNICAÇÃO

Com mais plataformas para dialogarmos, há também mais oportunidades para ruídos na comunicação.



## EMISSOR

# O FAMOSO "TUDO É RELATIVO"

Antes você tinha verdades categóricas: 2+2 sempre foi 4.

Mas e agora? O mundo mudou e o "tudo é relativo" ganhou cada vez mais força nos debates. Do seu grupo do whatsapp até o seu trabalho, cada ponto de vista começou a ganhar mais valor.

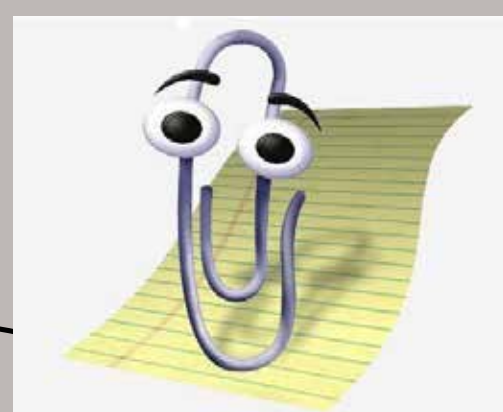
## RECEPTOR





Todo mundo tem sua história pra defender. E vai se agarrar em qualquer informação - seja verdadeira ou não, faça sentido ou não - para reforçar sempre sua opinião.

# O que é a espiral da verdade?



É A EXPONENCIAL RELATIVIZAÇÃO DOS FATOS, impulsionada pela crescente sobrecarga de informações, que impossibilita a mudança de opinião

O SENTIDO É NEGOCIÁVEL

PÓS- RAZÃO

VI, LOGO SEI

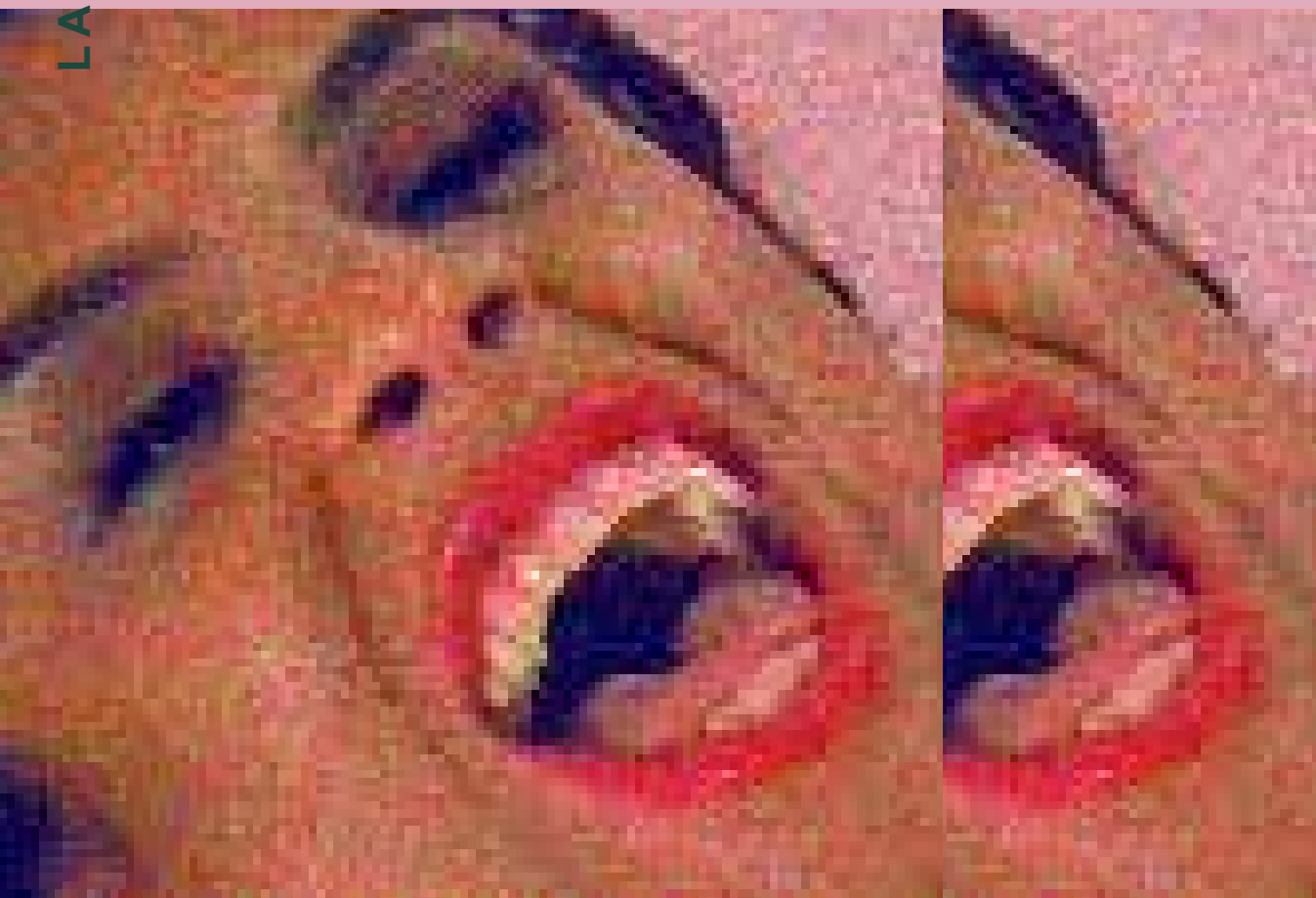
POLIFONIA DIGITAL

A MORTE DO ESPECIALISTA

INFOTOXI-CAÇÃO



**“Quanto mais pontos de vista temos sobre um assunto, maior é dialogado o conhecimento sobre ele”**





## MAIS ARENA, MENOS DEBATE

É treta atrás de treta e todo mundo precisa escolher um lado: dos petralhas aos bolsominions, fãs da Lady Gaga contra os da Madonna, palmeirenses versus corinthianos. Os rivais finalmente encontraram um ótimo lugar pra reforçar suas convicções e atacar seus inimigos.

“MUDAR DE OPINIÃO A PARTIR DAS REDES SOCIAIS, É MUITO DIFÍCIL. AS PESSOAS FICAM MAIS RESISTENTES E QUEREM REFORÇAR AINDA MAIS A OPINIÃO DELAS ORIGINAL.”  
PAULA MASCARENHAS,  
PRODUTORA DE  
CONTEÚDO DO  
BUZZFEED



**(para quem já entrou em conflitos em redes sociais)  
Você mudou de opinião sobre o assunto após o debate?**

“Mais coisas estão ao meu alcance do que antes. Eu tenho mais fontes, muitas pessoas, mais opiniões, mais debates acontecendo ao mesmo tempo.”



***Giovanna,  
social media  
do Next***

“A principal mudança da internet nos últimos anos é a sobrecarga de conteúdo. Tudo sobre qualquer tema em todo momento. Essa é a chave pra compreender a transformação.”



***Thiago Costa,  
professor de mídias  
da FAAP***

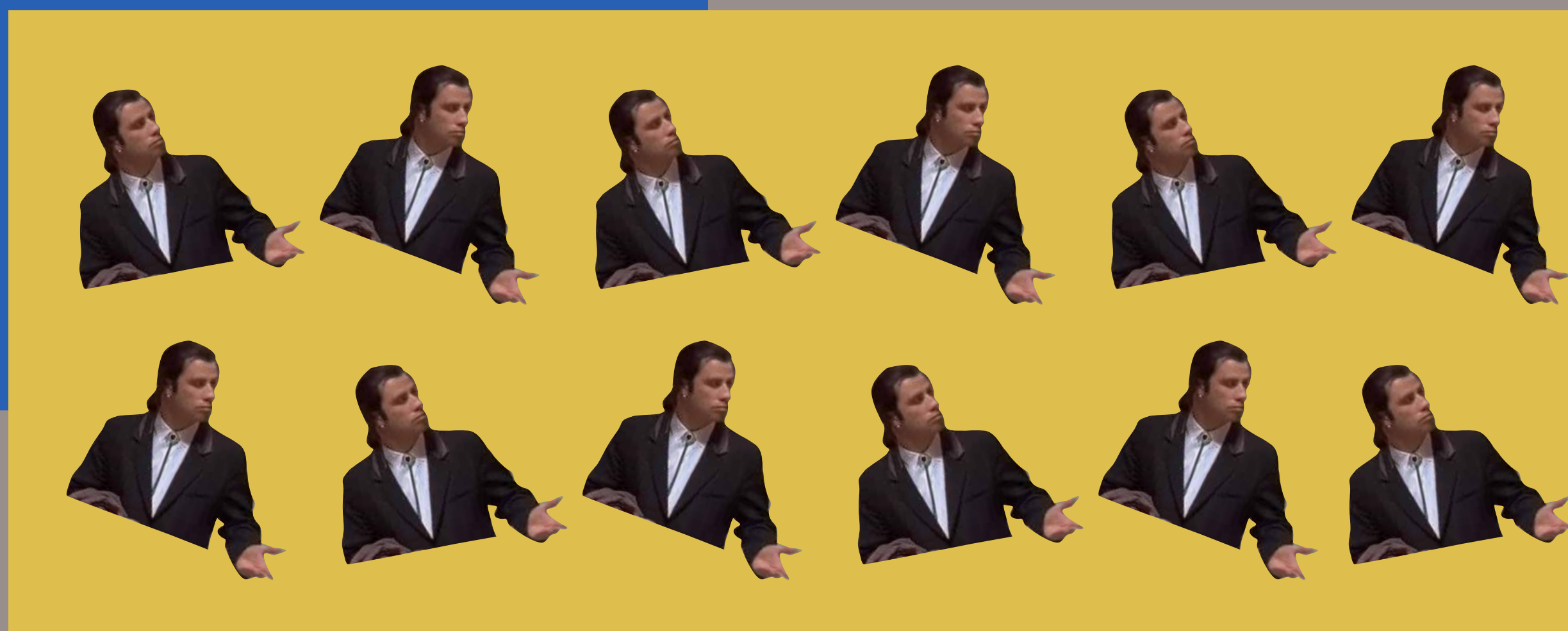
# O MUNDO DE HOJE GIRA EM TORNO DE INFORMAÇÃO

# 64%

**das pessoas  
têm na internet  
principal fonte  
de notícias e  
acontecimento  
do dia-a-dia.**

A gente sabe que tem uma notificação que você ainda não abriu. E que você está esperando por alguma outra que vem. Você tá sempre atrás de conteúdo novo. E se falta novidade, falta vida: acabamos tendo a sensação de que \*tudo\* está parado.

Essa nova configuração do mundo altera de maneira profunda o jeito com que fazemos as coisas, lidamos com as pessoas e como adquirimos - ou deixamos de adquirir - conhecimento. Ainda não entendemos direito como podemos lidar com esse novo contexto e o que é mais importante no meio disso.



**“VOCÊ PASSA UM DIA FORA DO TWITTER  
PARECE QUE FICOU UMA DÉCADA FORA  
DELE.”**

**JULIANA, ESTUDANTE DE  
PUBLICIDADE, 21 ANOS**

o tempo não dá pra ficar parado  
 não dá pra ficar parado



O FEED É O

COMPANHEIRO  
 DO ÓCIO

No meio de tanta informação, queremos aproveitá-la ao máximo, sempre. Esse cenário impede a gente de dar pausas, e mesmo quando você não tem nada pra fazer, começa a dar uma checada no feed das redes. O ócio deixa de ser o tempo de não fazer nada e passa a ser o momento em que procuramos algo pra fazer.



“Antes, a gente passava o domingo vendo o Faustão porque não tinha nada o que fazer, agora a gente passa para uma cultura em que temos mais o que fazer do que temos tempo”

**FERNANDO FONTANELLA,  
 ESPECIALISTA EM CULTURA DIGITAL**

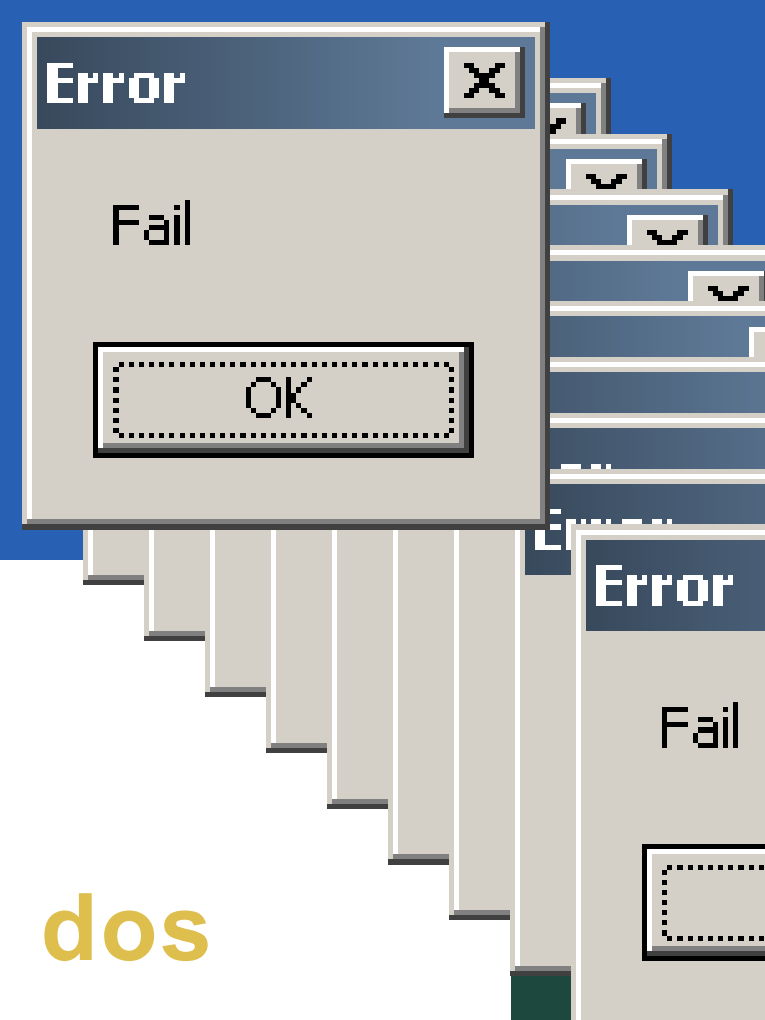
**66%** das  
 pessoas abrem  
 as redes sociais  
 assim que  
 acordam

**33%** das  
 pessoas postam  
 imediatamente  
 tudo que acham  
 de interessante  
 nas redes sociais

# DE REPENTE, TUDO É PRIORIDADE

Responder o crush? Ler o e-mail do trabalho? Postar um stories? Fazer textão? Ler a timeline até duas horas da manhã e esquecer das suas responsabilidades?

No meio desse tanto de coisa e tanto de aba, **não sabemos o que é prioridade na internet** e escolher a ordem das tarefas é complicado.



**45%** dos respondentes estavam com mais de 3 abas abertas enquanto respondiam a essa pesquisa.

Fazemos essas segundas, terceiras e quartas tarefas com o mínimo de atenção, absorvendo somente pequenas partes da informação





MAÇÃO INFORMAÇÃO INFORMAÇÃO

# ESTAMOS INFOTOXICADOS ESTAMOS INFOTOXICADOS ESTAMOS INFOTOXICADOS

No meio de tantas coisas pra ler, ver e consumir, fica complicado absorver tudo. É tipo quando você abre o celular pra ver a hora e faz tudo, mas não vê a hora.

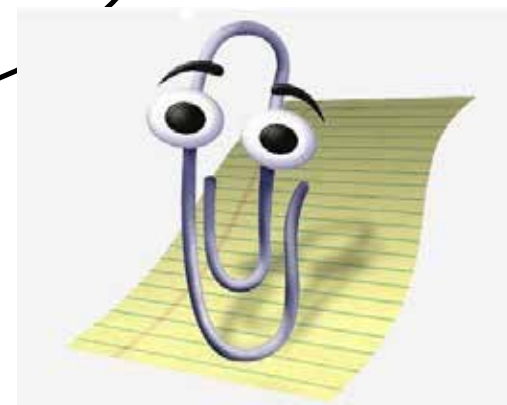
Você é soterrado por informação, todos os dias. Vamos confessar: não dá pra absorver tudo que a gente vê na internet.

*apenas*

**22%**

*das pessoas disseram se sentir capazes de assimilar todo o conteúdo ao qual são expostas diariamente*

**INFOTOXICAÇÃO**  
subs. fem. condição em que o indivíduo, após sobrecarga constante de informação, torna-se parcialmente incapaz de assimilar novas mensagens.





**“HOJE A INTERNET  
NÃO É UM LUGAR, É  
QUASE UM ESTILO  
DE VIDA, É UMA  
FERRAMENTA QUE  
JÁ FAZ PARTE DA  
COMPOSIÇÃO DO  
QUE A GENTE É, DA  
NOSSA IDENTIDADE,  
CULTURA, CONSUMO,  
INFORMAÇÃO”**

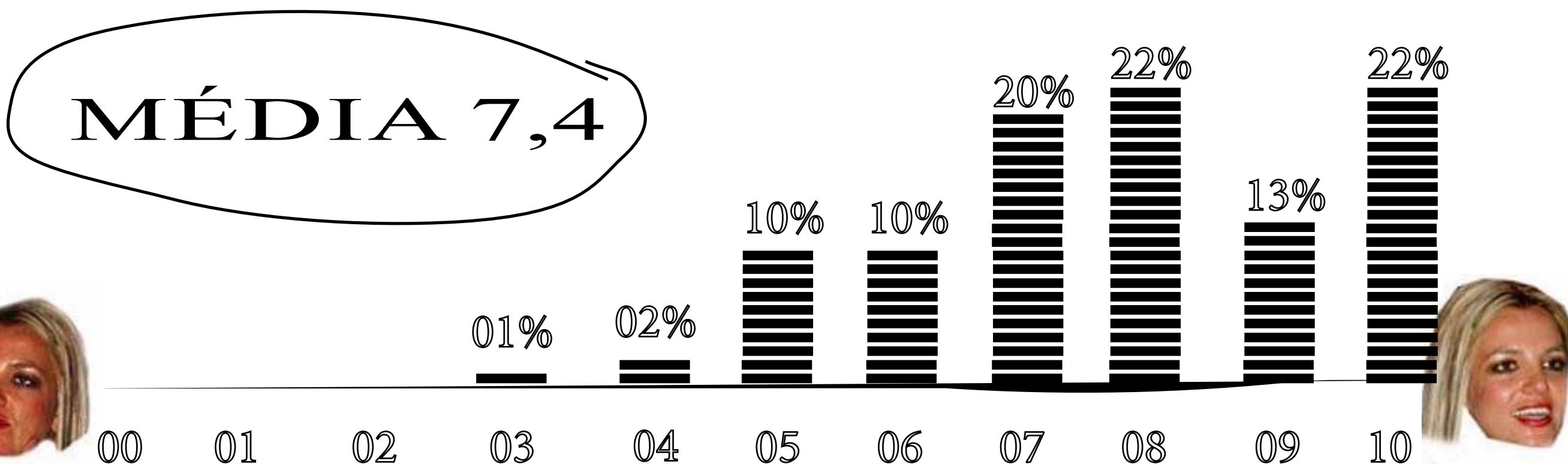
**BIA GRANJA, FUNDADORA DO YOUPIX**





NÃO DAMOS CONTA  
 NÃO DAMOS CONTA  
 NÃO DAMOS CONTA  
 NÃO DAMOS CONTA  
 NÃO DAMOS CONTA  
 NÃO DAMOS CONTA  
 NÃO DAMOS CONTA  
 NÃO DAMOS CONTA

**Em uma escala de 0 a 10, o quanto você diria que consegue absorver todas as notícias que chegam até você no dia a dia?**



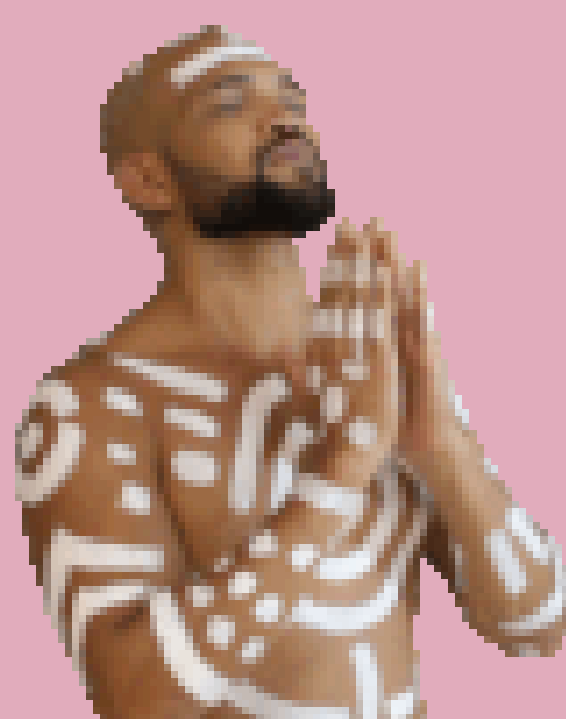
“A gente não acessa, é bombardeado. Toda vez que a gente entra no Facebook tem alguém postando texto político, notícias”

**MARCELO, ESTUDANTE DE JORNALISMO**



**50%**

**dos entrevistados declaram não ter tempo de checar a maioria das notícias que recebem via whatsapp**



# MUST HAVE DA TEMPORADA: DETOX DIGITAL

## EU PRECISO DE UMA PAUSA

No meio dessa avalanche de informação, muita gente quer dar uma pausa. O detox digital é a alternativa: foi o jeito que a gente encontrou pra respirar um pouco. Uma pausa com hora marcada e prazo determinado.

O QUE VOCÊ ESPERAVA COM ISSO?

VOCÊ JÁ FEZ UM DETOX DIGITAL?

SIM, JÁ FIZ

45%

NÃO, MAS GOSTARIA DE FAZER

31%

NÃO FIZ NEM FARIA

24%

DESCANSAR A MENTE

37%

ME CONCENTRAR EM OUTRAS ATIVIDADES

34%

ME SENTIR MENOS DEPENDENTE DAS REDES SOCIAIS E WHATSAPP

25%

OUTRO MOTIVO

4%



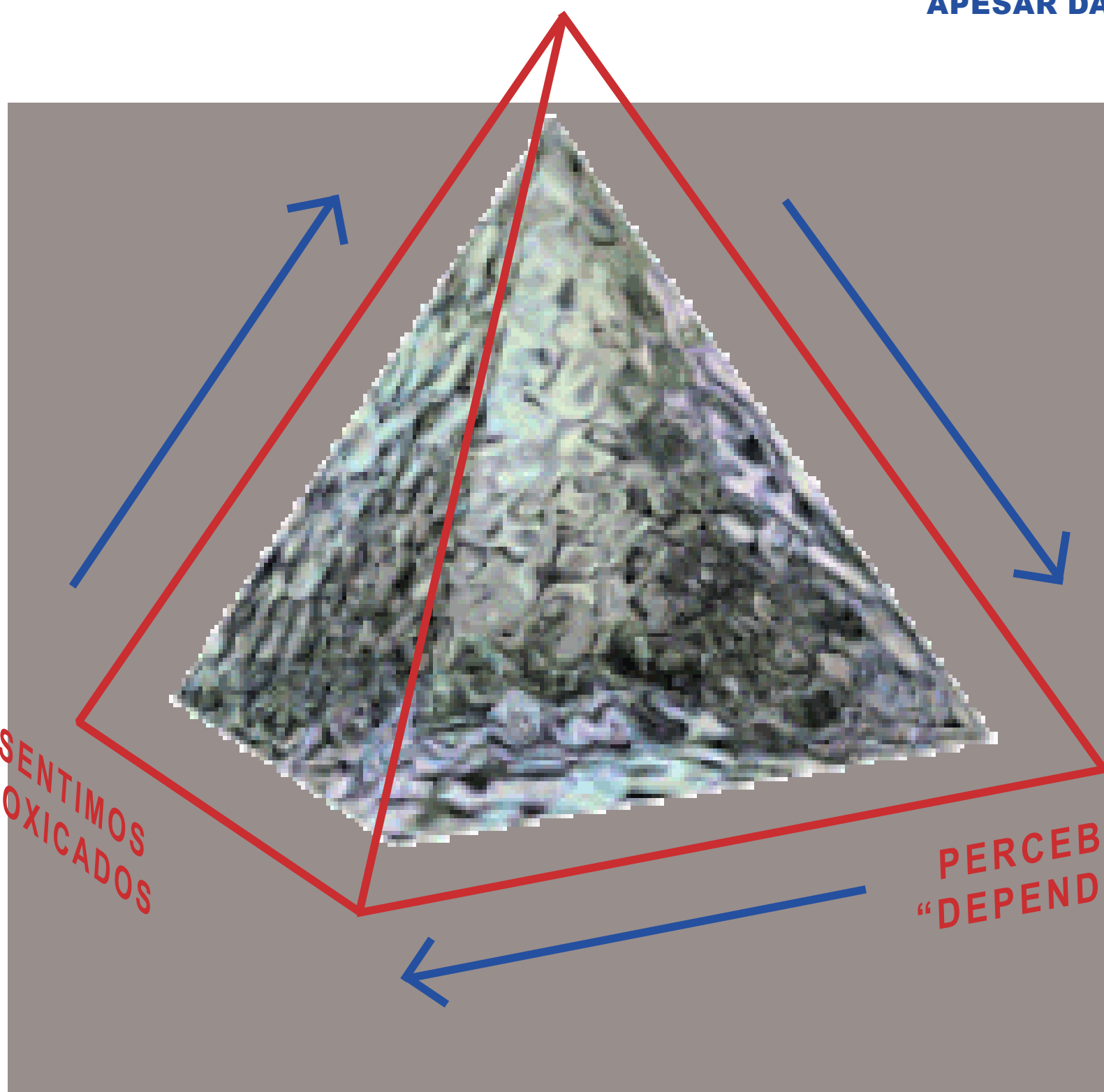
# A PRISÃO DA INFORMAÇÃO

APESAR DA PAUSA A GENTE SEMPRE VOLTA

TENTAMOS UM DETOX DIGITAL

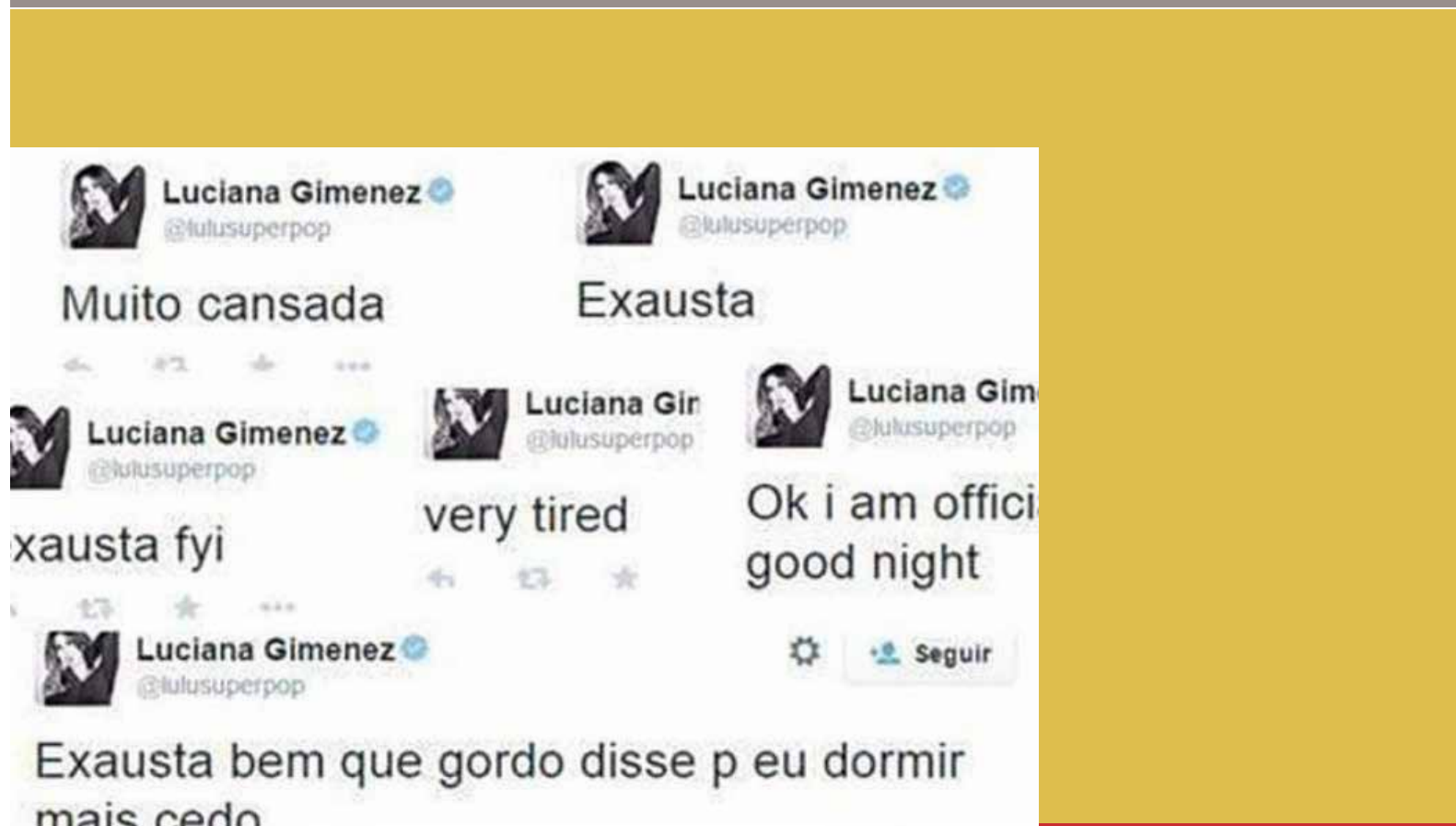
CONSUMOTECA

LAB



NOS SENTIMOS INFOTOXICADOS

PERCEBEMOS QUE SOMOS "DEPENDENTES" DO DIGITAL



LAB

O problema é que não adianta sair por um tempo, porque o nosso meio nos obriga a sempre estar em contato com a informação.

“É mais fácil parar de fumar do que sair do Twitter” **Alberto, 21 anos, auxiliar contábil.**

“Eu até desinstalei o Facebook para evitar brigar e passar nervoso em alguns momentos.” **Alice, 24 anos, desenvolvedora mobile.**

# POLIFONIA DIGITAL

## QUEM ERA FIGURANTE, VIRA PROTAGONISTA

especialmente com o surgimento das redes sociais que projetam uma democratização das informações. Essas vozes discordantes começam a falar e isso gera um grande ruído, que gera conflito e confusão.

**PORÉM, MUITOS FALAM,  
MAS NEM TODOS ESCUTAM.**



*posso falar  
o que quero*



*mas vou ouvir o  
que não quero*

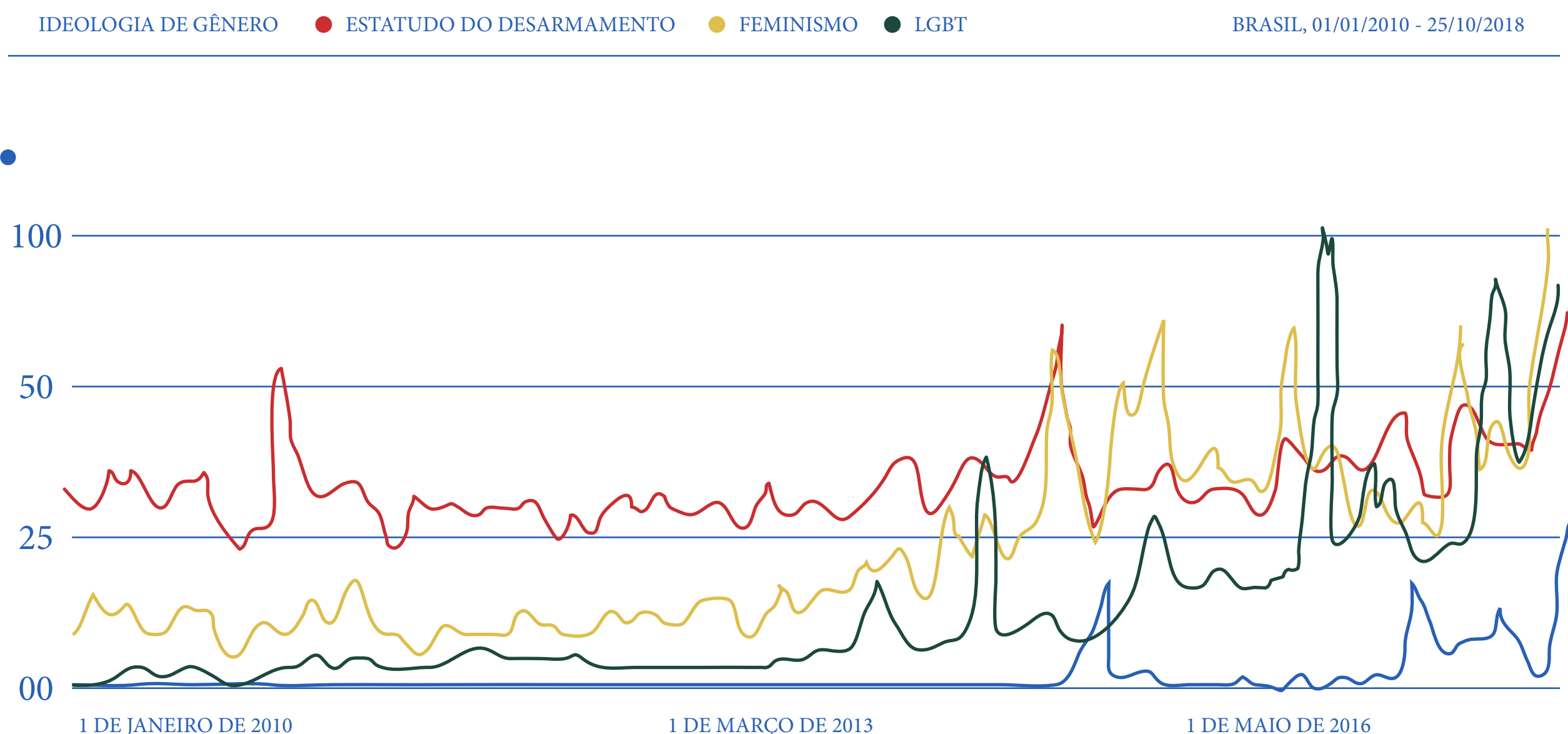


*ruído na  
comunicação*



*disputa por  
relevância*

SURGEM NOVAS VOZES  
 SURGEM NOVAS VOZES  
 SURGEM NOVAS VOZES  
 SURGEM NOVAS VOZES  
 SURGEM NOVAS VOZES  
 SURGEM NOVAS VOZES  
 SURGEM NOVAS VOZES  
 SURGEM NOVAS VOZES



O avanço das redes sociais possibilitou que todo mundo dê sua opinião. Com isso, diversas ideias antes escondidas do mainstream ganham visibilidade: na mesma timeline, podemos ver confrontos e influenciadores defendendo diferentes propostas: esquerda e direita, pró-LGBT e conservadores, religiosos e ateus. São muitas narrativas, muitas opiniões e fatos simultâneas. As novas vozes se convergem (e se confrontam) em uma só tela.

Observando o google trends, conseguimos ver claramente o crescimento de termos como **ideologia de gênero, estatuto do Desarmamento, Feminismo e LGBT**. Temas anteriormente pouco falados passam a ganhar relevância com o crescimento dentro da internet. Observação feita em nov. 2018



## ISSO GERA O QUE CHAMAMOS DE POLIFONIA DIGITAL



# sai a história, entram as histórias

Ao longo do tempo, outras histórias foram surgindo, com novas vozes, novos enfoques. O fato objetivo ganha novas versões. Minorias, histórias apagadas, recortes específicos passam a ser lembrados, e o “olhar para todos os pontos de vista” passa a ser característica do nosso novo jeito de contar narrativas.

“São muitas versões da história sendo contadas sobre um mesmo acontecimento.

**VIKTOR CHAGAS,  
PESQUISADOR  
E FUNDADOR  
DO MUSEU DOS  
MEMES**



HISTÓRIAS NOSSAS HISTÓRIAS HISTÓRIAS HISTÓRIAS HISTÓRIAS

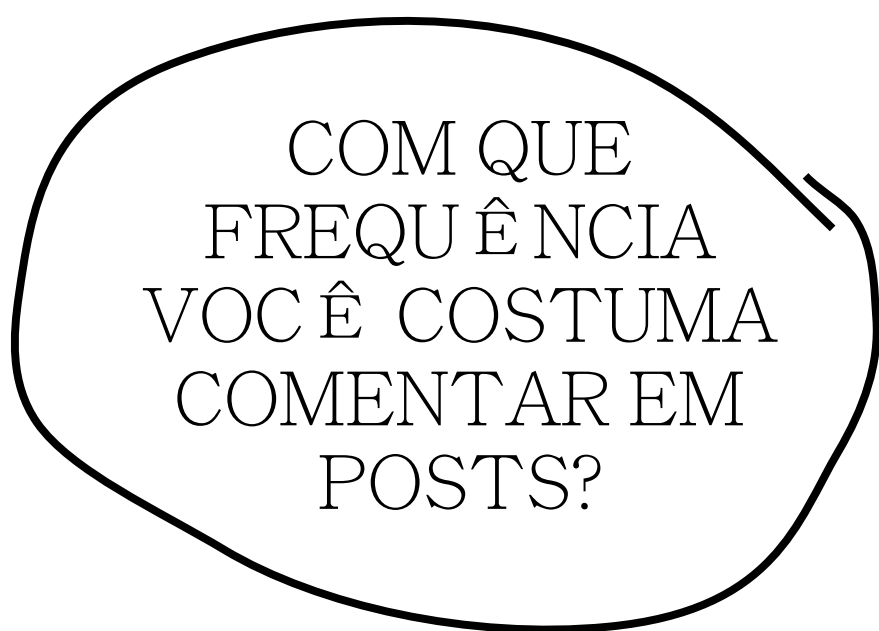
HISTÓRIAS



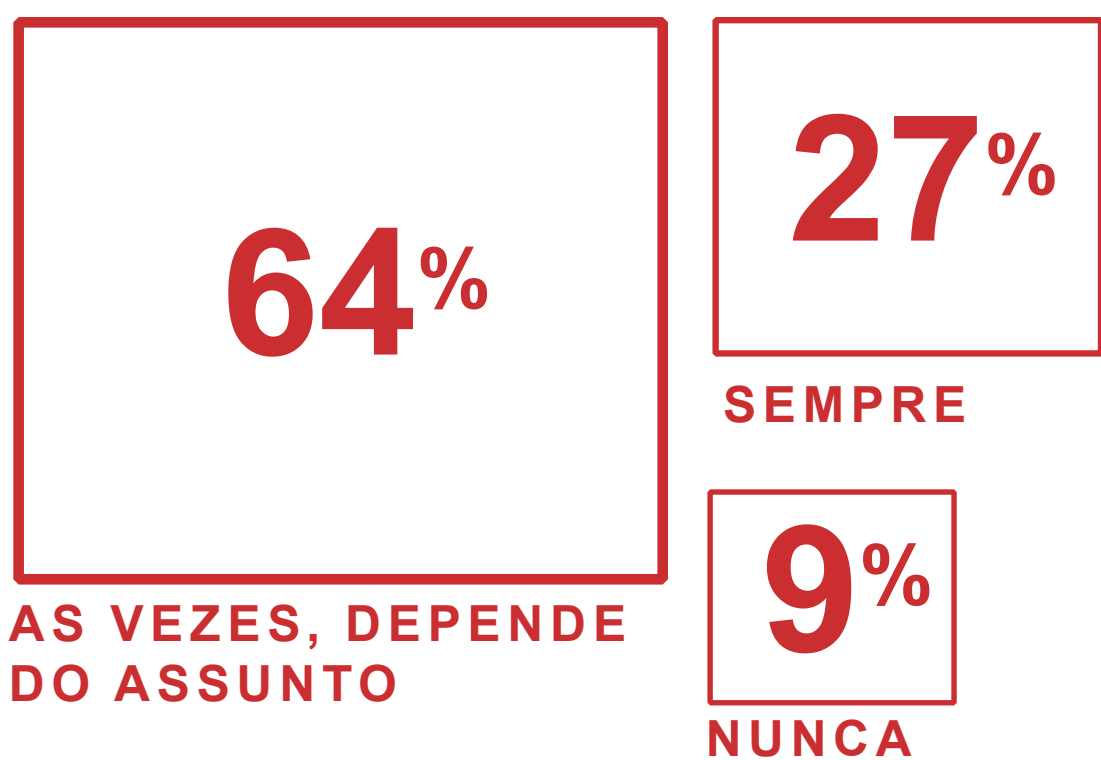
**SAÍMOS DA ERA DOS POUCOS FORMADORES DE OPINIÃO**



**ENTRAMOS NA ERA DOS MUITOS FOMENTADORES DE OPINIÃO**



DE AMIGOS



É a partir do surgimento dessas novas narrativas que a posição dos especialistas vai perdendo importância. Com tanta gente falando, passamos a escutar mais quem concorda com nossos ideais do que quem tem mais embasamento técnico na área.

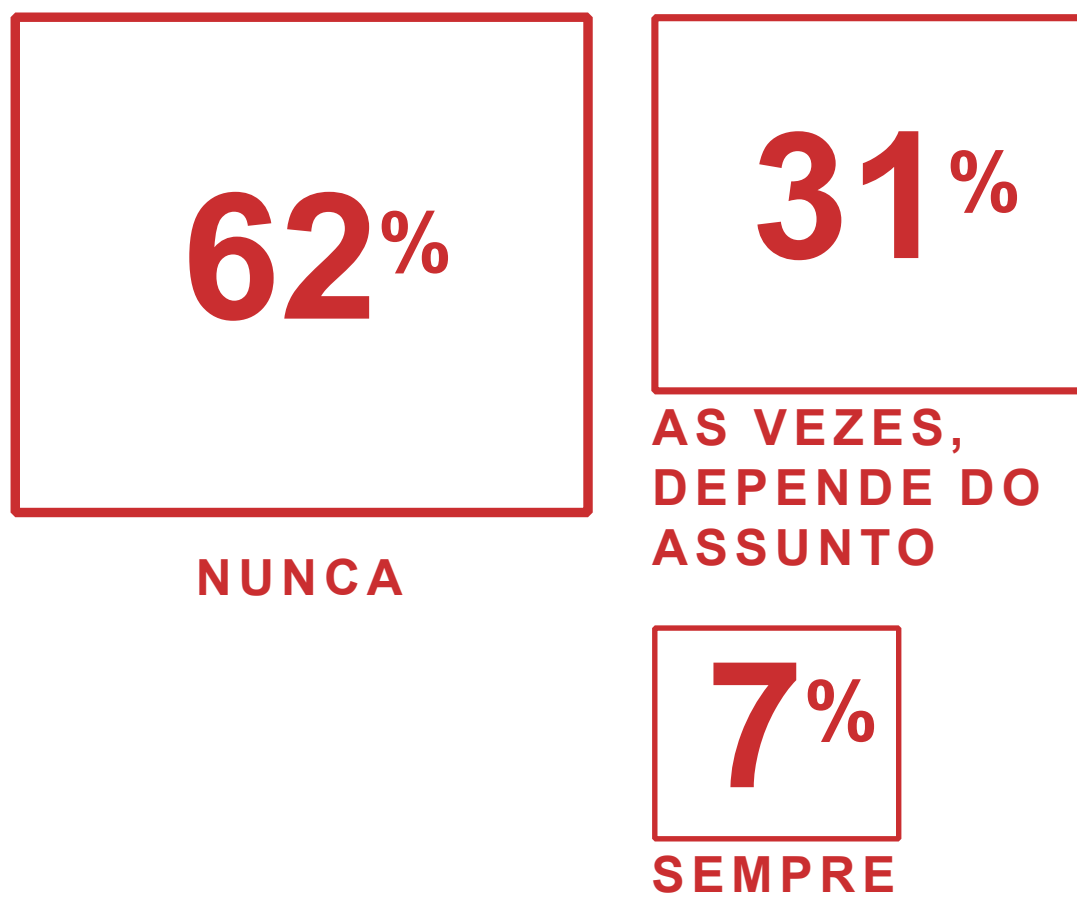


Vemos um crescente número de fomentadores de opinião e a diminuição dos formadores de opinião, a informação de um Youtuber pode ganhar mais relevância do que uma manchete de jornal.

DE PÁGINAS DE NOTÍCIAS



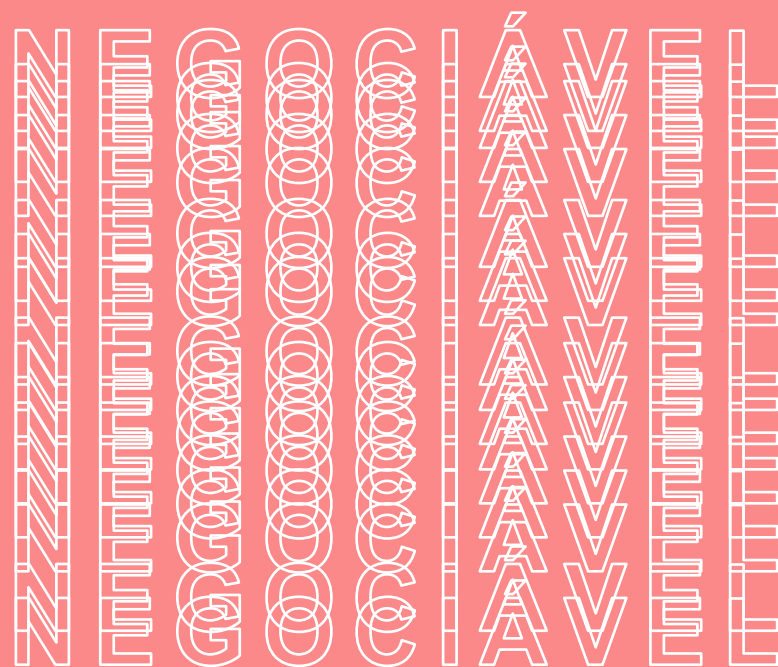
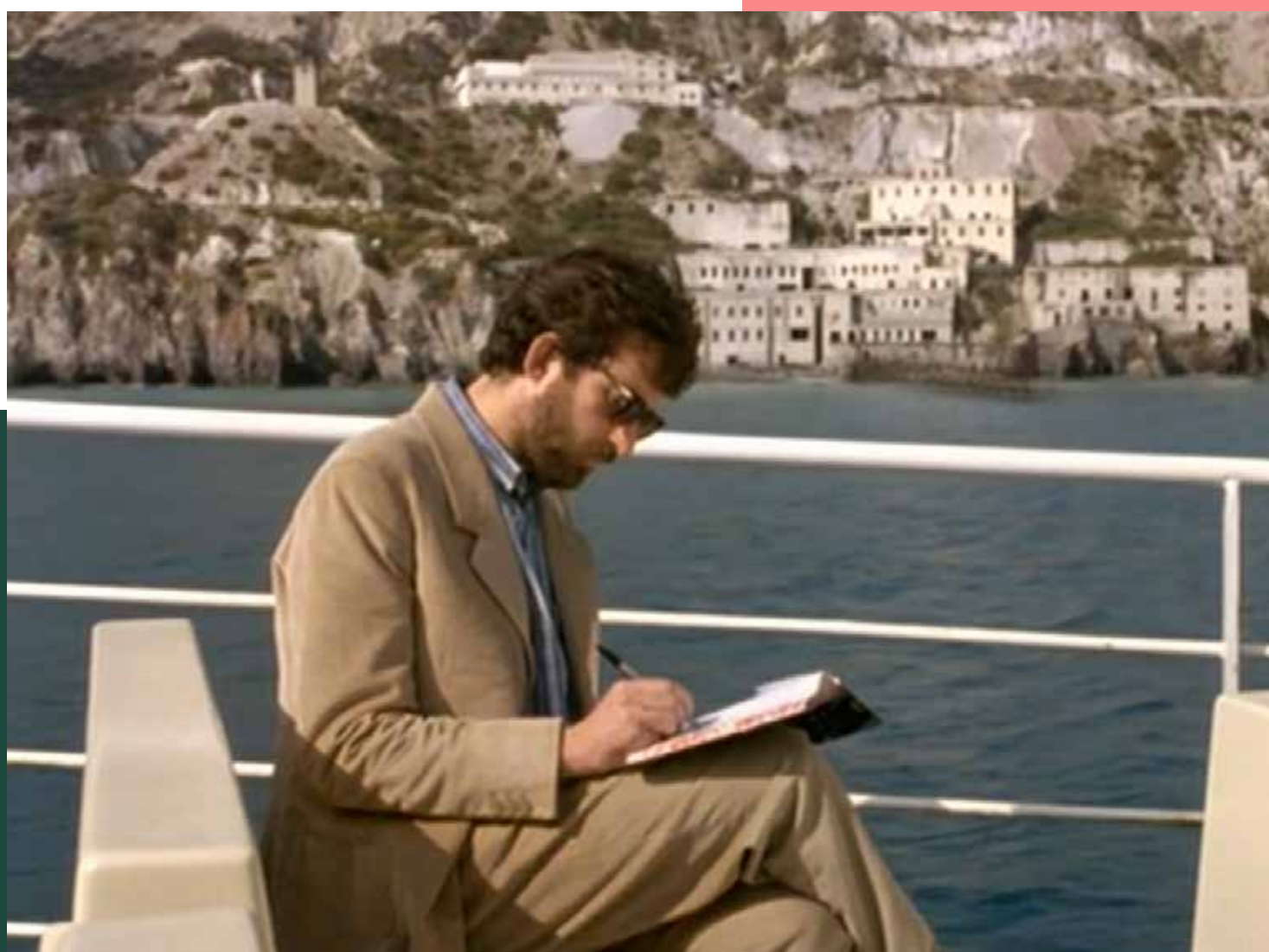
DE CELEBRIDADES







# O SENTIDO É NEGOCIÁVEL



***Isso significa que, quando você publica uma mensagem, ela pode ser entendida e compartilhada com um sentido completamente diferente daquilo que você pretendia.***

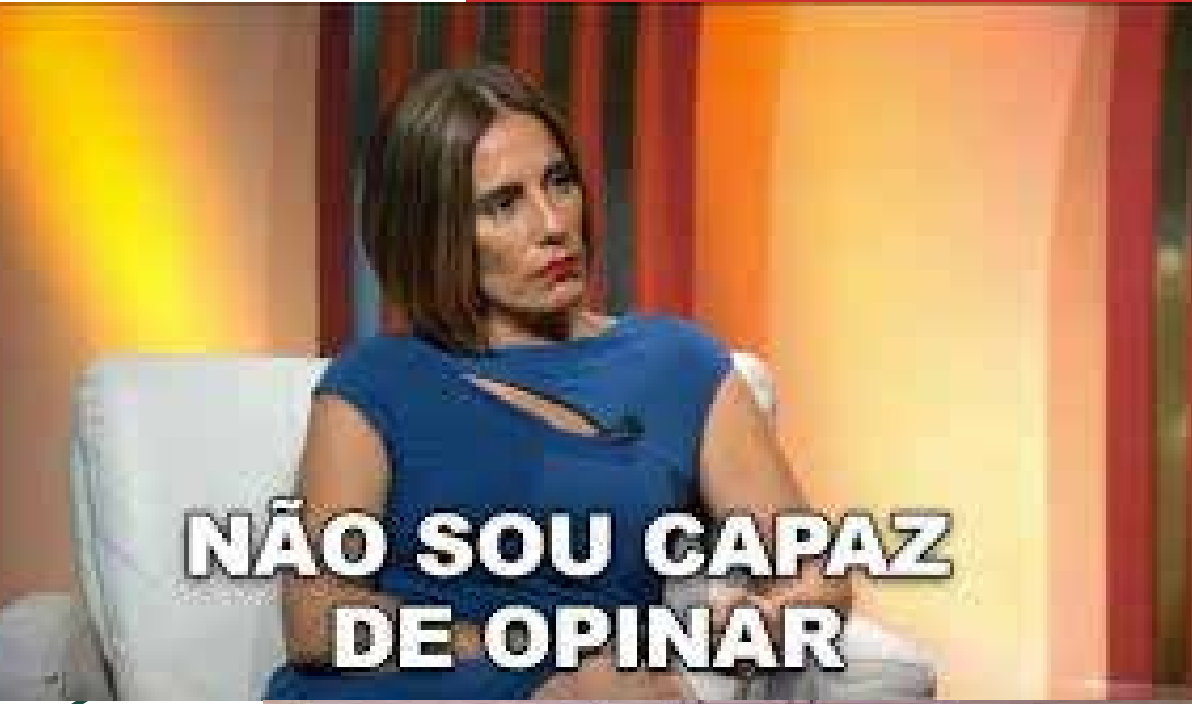
A percepção das mensagens é fluída e depende de cada um definir que sentido é esse que não está mais na intenção de quem fala, mas nas possíveis interpretações para cada contexto. Por isso a versão que mais se aproxima com o que eu de fato penso passa a ser a minha!

NESTE CENÁRIO ESTRANHO, DIANTE DE TANTOS SENTIDOS, SEGUIMOS

# À DERIVA



!O NÁS!



CON



A sensação de incompreensão do todo tomou conta da nossa cultura de maneira avassaladora.

E POR ISSO FICA CADA VEZ MAIS DIFÍCIL ENTENDER O QUE TÁ ACONTECENDO

CONSUMOTECA

LAB



CONSUMOTECA





## VI, LOGO SEI (TUDO)

# 78%

**das pessoas consideram a experiência pessoal muito importante para dar uma opinião**

Nossa experiência passa a ser o ponto principal da nossa argumentação. Temos propriedade para falar sobre qualquer coisa, desde que tenhamos passado por esse fato. Quem viveu mais tem mais propriedade pra fala.

# RESULTADO: VOLTAMOS A DESEJAR CERTEZAS

**ENTRE SER FELIZ E  
TER RAZÃO, A GENTE  
QUER MESMO É A  
CERTEZA ABSOLUTA!**



## 72%

dos brasileiros já se sentiram enganados por uma fake news

## 65%

das pessoas afirmaram já ter entrado em discussões no Whatsapp.

## 54%

No entanto, delas não mudaram de opinião e nunca viram alguém mudando também.

Porque não é mais sobre o que é verdade, mas sobre o que eu acredito. Você acha ou é verdade mesmo? Entre ter que ouvir todo mundo e ficar sempre se questionando, é melhor se agarrar numa certeza e ir embora. É um jeito de reforçar sua identidade e não cair no desespero

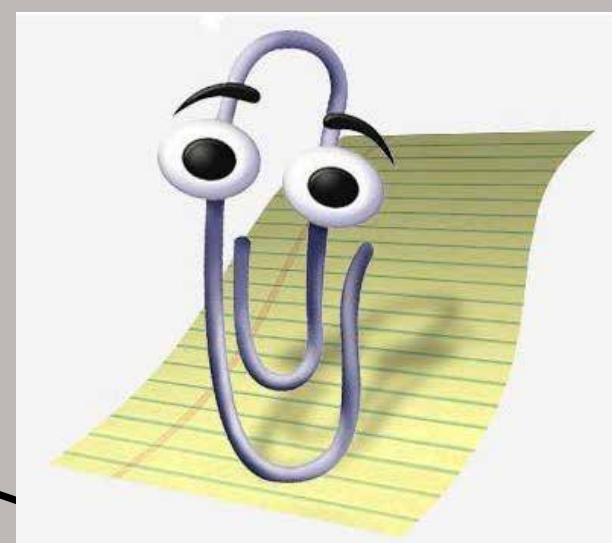


**"A gente lida sempre com a necessidade de desconstruir a nossa realidade, porque tudo que a gente passou a enxergar como realidade se tornou muito parcial" Viktor Chagas, pesquisador e fundador do museu dos Memes**



# SURGE A PÓS-RAZÃO

Nesse novo mundo somos dependentes da sensação de certeza. Queremos provar que estamos certos por meio dos discursos mais embasados. O que determina se estamos certos é o quão potente são nossos argumentos. Por isso, não há mais discussão sem links, prints e dados que reforcem o que queremos dizer.



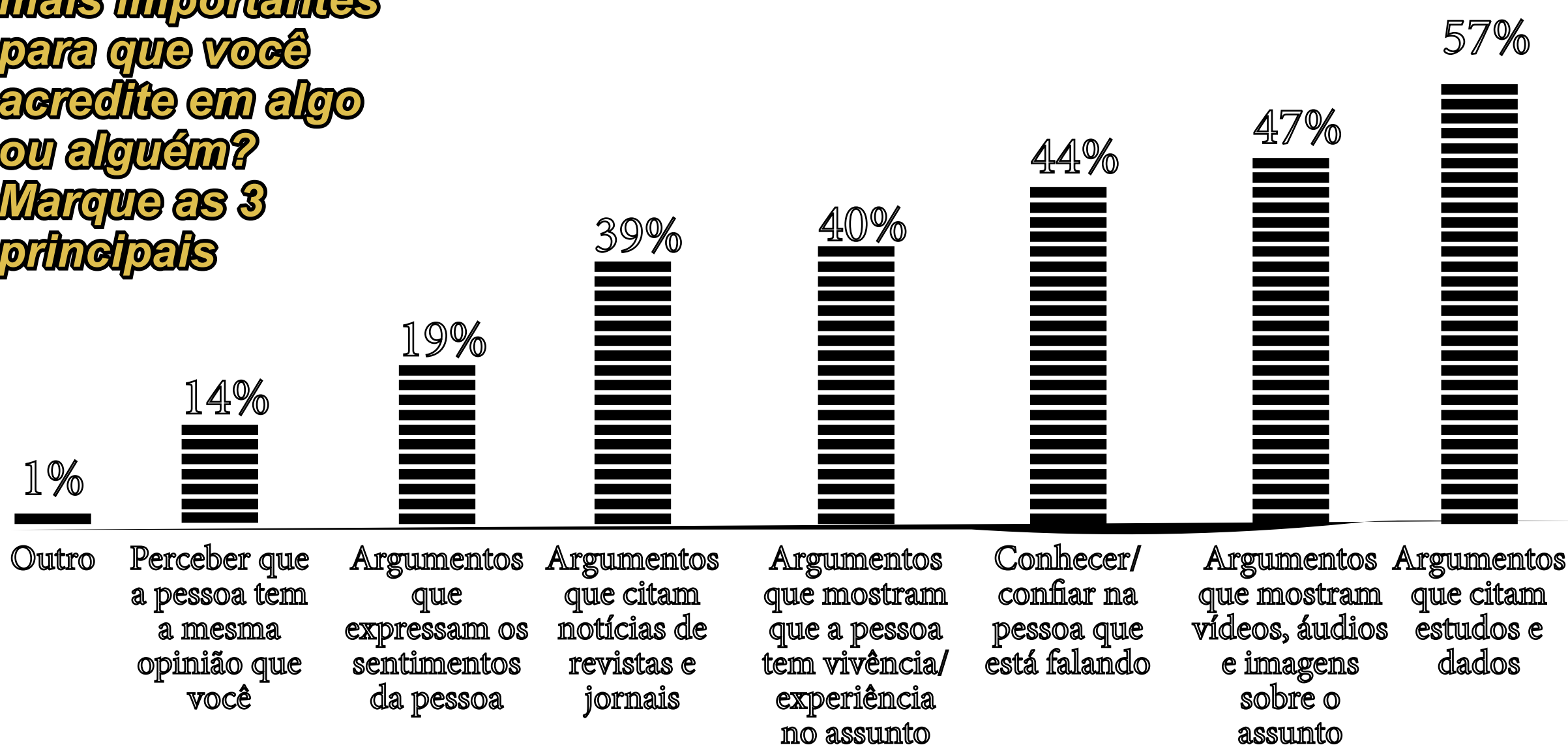
**PÓS-RAZÃO**  
É QUANDO  
ACHAMOS  
QUE ESTAMOS  
ARGUMENTANDO  
COM A RAZÃO,  
MAS ESTAMOS  
OPINANDO A  
PARTIR DE NOSSOS  
PRÓPRIOS  
VALORES.

# 47%

*das pessoas não acreditam que as redes sociais ajudam a dialogar com ideias diferentes*

AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE  
 AS ARMAS DO DEBATE

**Quais dos itens a seguir são os mais importantes para que você acredite em algo ou alguém? Marque as 3 principais**



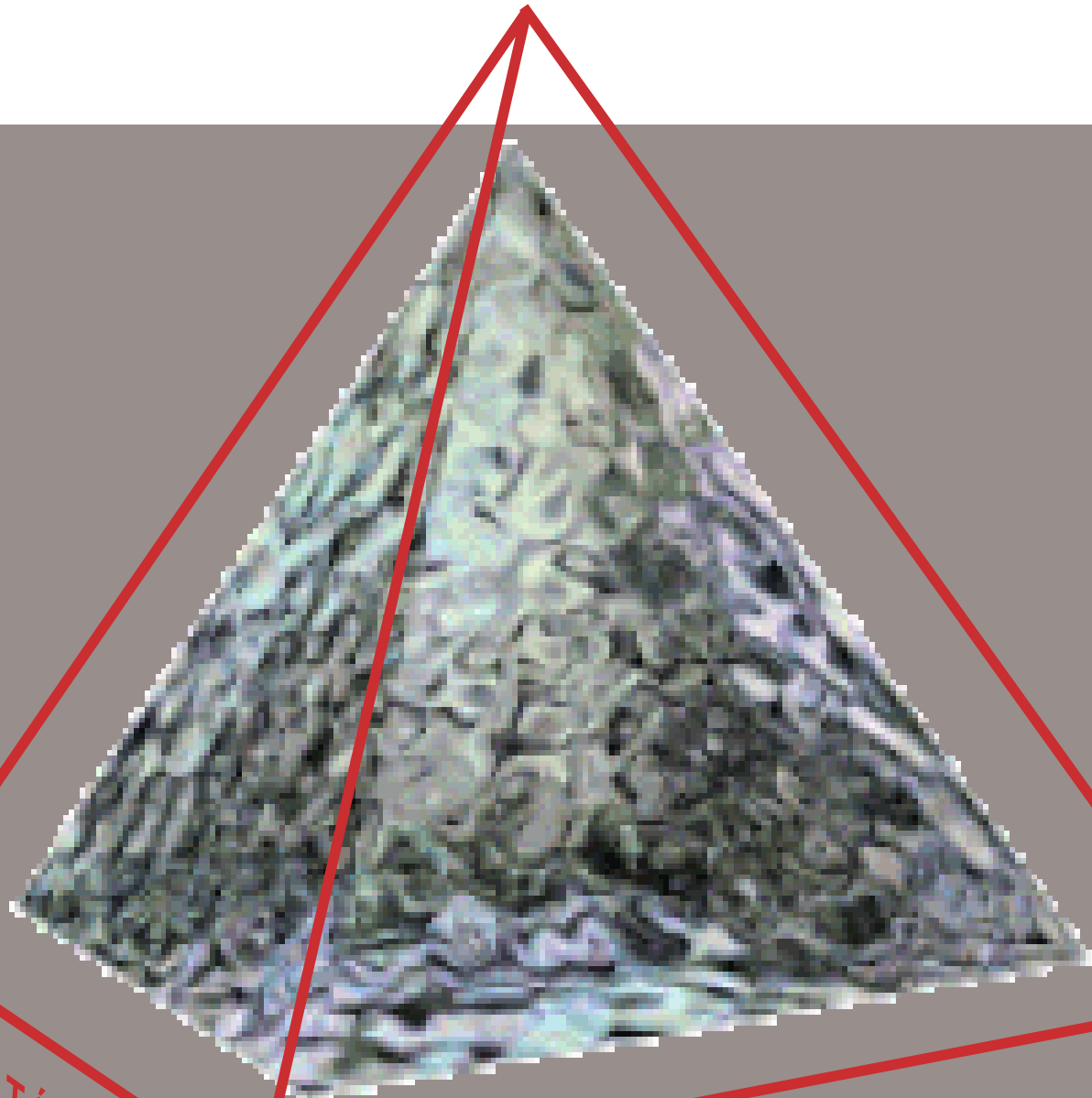
Nos debates, passamos a usar fatos e dados que temos para reforçar nossos argumentos.



**Mais importante do que a origem e a fonte da notícia é o fato reforçar o que pensamos**

Esse é um dos fatores que reduz a credibilidade dos meios de comunicação.

“NO QUE VOCÊ ESTÁ  
PENSANDO?”



“O QUE VOCÊ ESTÁ  
FAZENDO?”

“O QUE ESTÁ  
ACONTECENDO?”

CONSUMOTECA

LAB

Se o outro opina, e com tanta certeza que ele está certo, por que você não vai opinar? Você é coagido a interagir, principalmente se o que o outro diz não condiz com aquilo que você acredita.

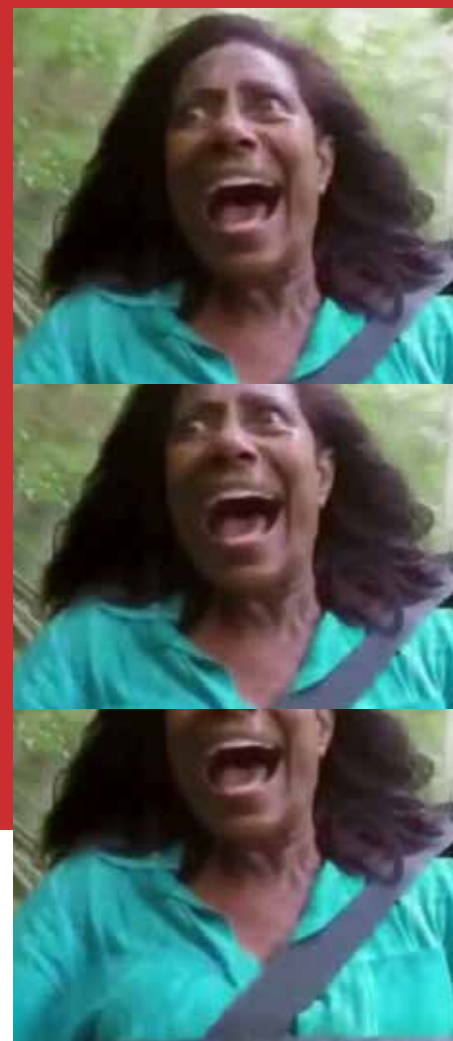
LAB

COMO  
CONSEQUÊNCIA,  
SOMOS  
INTIMADOS A  
INTERAGIR  
PARA MOSTRAR  
QUE ESTAMOS  
CERTOS

CONSUMOTECA

35%

*das pessoas  
se sentem  
forçadas a  
participar  
do grupo da  
família no  
whatsapp*





“Eu acho que de certa forma é tudo uma opinião né, eu acho que o que você coloca nas redes sociais é muito o que você quer que as pessoas pensem sobre você.” **PAULA MASCARENHAS, PRODUTORA DE CONTEÚDO DO BUZZFEED**

Tudo nas redes sociais simboliza uma relação com o mundo, uma opinião sobre algo. A própria decisão de não postar algo é uma escolha consciente. Mesmo sendo difícil ou não tendo informações o suficiente, precisamos nos posicionar acerca das pautas que a internet nos propõe.

Nessa dinâmica é impossível ser isentão! Até mesmo quando não damos uma opinião declarada, nosso lifestyle postado em rede fala algo por nós.

***É IMPOSSÍVEL SER ISENTÃO!***



MAS QUANTO  
MAIS SIMPLES,  
MELHOR

**PARA EXPOR SUA  
OPINIÃO VOCÊ TEM QUE  
SIMPLIFICAR AO MÁXIMO**

A urgência de informações e a necessidade de ter a nossa voz ouvida faz com que precisemos sintetizar e acelerar a nossa opinião.

Dentro do caos infotoxicado, quanto mais sucinto você é em sua opinião, mais gente te escuta: é a expansão da sua voz.



é por isso que  
amamos memes!!!!



MAÇÃO INFORMAÇÃO INFORMAÇÃO

# OS MEMES SÃO A ESTÉTICA DO EXCESSO

87%

*dos brasileiros interagem com memes diariamente*

Ele é rápido, prático e sintetiza o que pensamos: tudo o que precisamos pra nos expressar no meio da infotoxicação. Ele é o remix que traduz de forma simples nossa visão de mundo. Essa é a nossa linguagem: o meme.





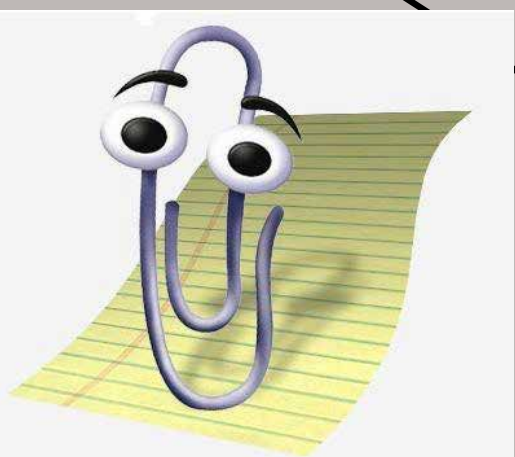
# 51%

*das pessoas só compartilham memes que expressem suas opiniões*

# MEMES: AS NARRATIVAS DA PÓS-RAZÃO

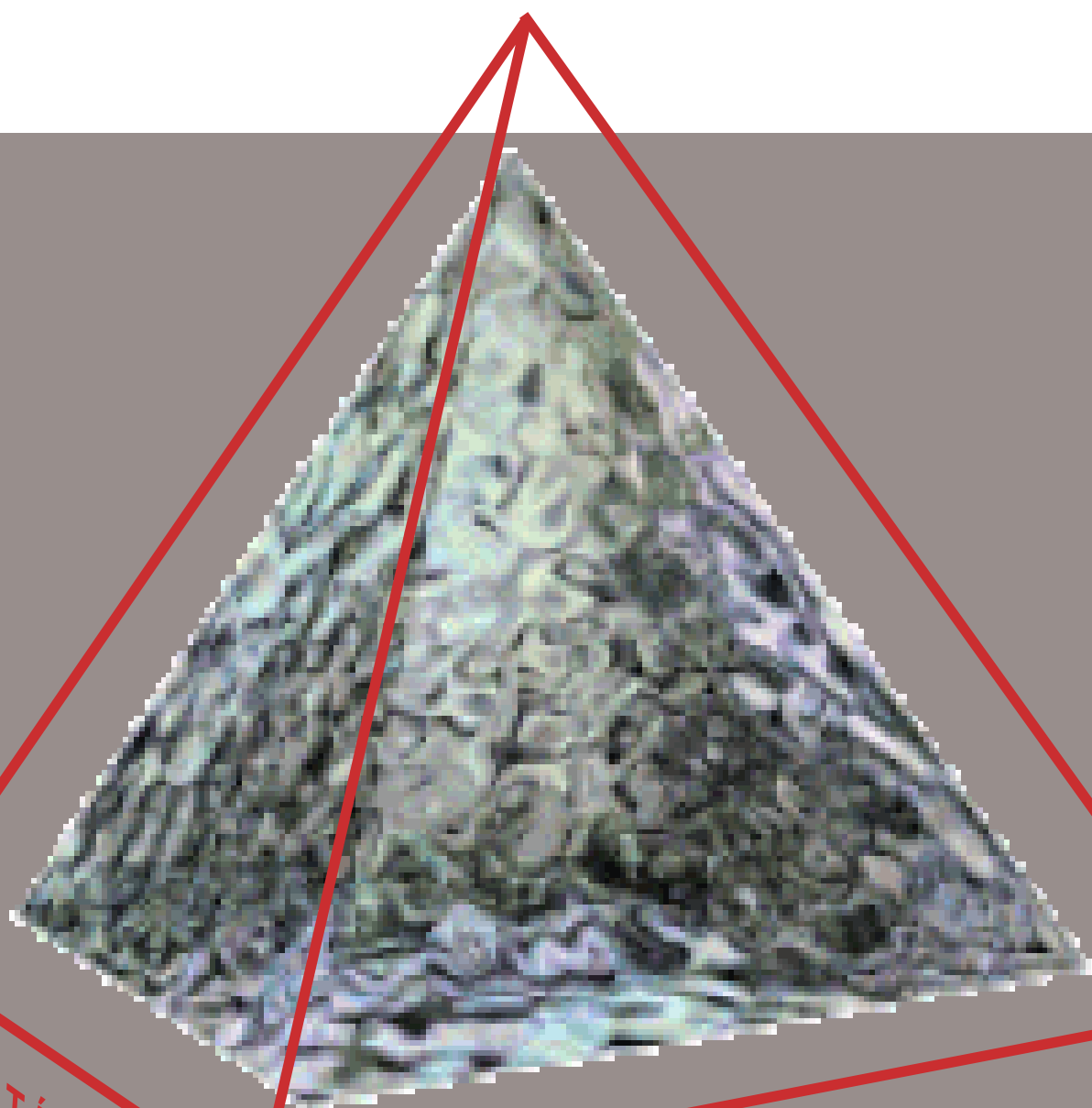
## MEME

É UM CONTEÚDO QUE CIRCULA EM REDE E SE RESSIGNIFICA À MEDIDA QUE SE ESPALHA



Memes da internet fazem sucesso porque são conteúdos que misturam fato, opinião e quase sempre humor. É a forma mais acessível para entendermos a nossa relação com o espírito do momento por conseguir ilustrar as estruturas que nos fazem compreender o mundo hoje

“NO QUE VOCÊ ESTÁ PENSANDO?”



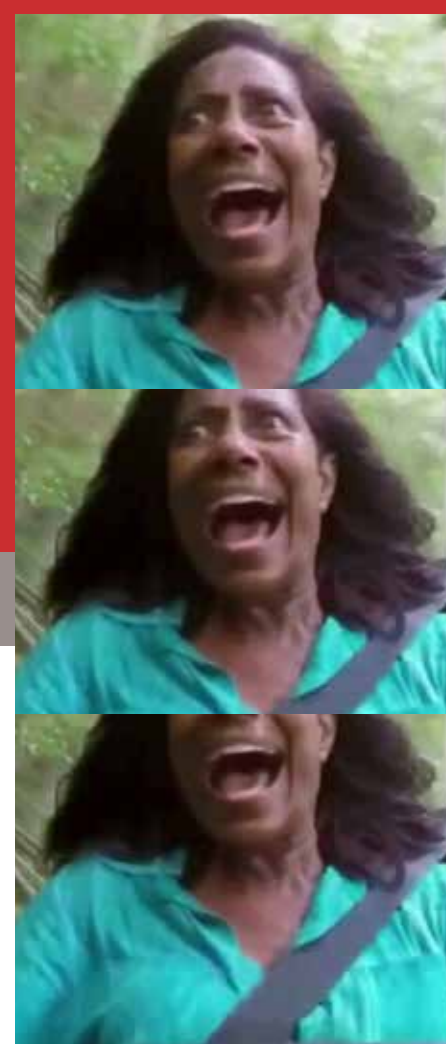
“O QUE VOCÊ ESTÁ FAZENDO?”

“O QUE ESTÁ ACONTECENDO?”

CONSUMOTECA

LAB

# O MEME FALA POR NÓS



O meme dá conta de expressar o que a gente nem sempre consegue verbalizar ou assimilar no tempo em que somos cobrados a reagir.

54%

**das pessoas substituem os memes por palavras ou frases**

46%

**das pessoas compartilham memes que traduzem seus problemas pessoais**

73%

**das pessoas já souberam de uma notícia política através de um meme**

“ESSAS COISA MAIS BEM HUMORADA, POR MAIS QUE VOCÊ TENHA UM MEME USADO NO POSICIONAMENTO POLÍTICO, ELE SEMPRE VEM UM VIÉS MEIO DE PIADA, O HUMOR É UMA GRANDE VASELINA PARA QUE A GENTE CONSIGA FAZER ESSAS INTERSECÇÕES” - BIA GRANJA, FUNDADORA DO YOUPIX

LAB

CONSUMOTECA

# 75% DOS BRASILEIROS ACREDITAM QUE OS MEMES ALIVIAM O STRESS DO DIA-A-DIA



Reconhecer uma piada envolve uma troca de julgamentos sobre o mundo. Aquilo que nos faz rir nos define contra ou a favor de uma causa, pessoa ou ideologia.

*O humor do meme não é só uma questão de distração, é um mecanismo de conexão e conforto no meio de tanto desentendimento.*

## PIADA DESTRUIZ

“EU ACREDITO QUE ESSE É O PONTO CENTRAL DO BRASIL: A GENTE SOFRE MUITO. TODO DIA É UM 7X1 NA NOSSA VIDA. A GENTE NÃO SE DEIXA ABATER POR ISSO, NÓS PROCURAMOS SEMPRE NOS DIVERTIR E RIR DE ALGUMA COISA” MATHEUS LANERI, PRODUTOR DE CONTEÚDO DO BRASIL QUE DEU CERTO

# FEITO POR POUCOS, DESLOCADO POR MUITOS

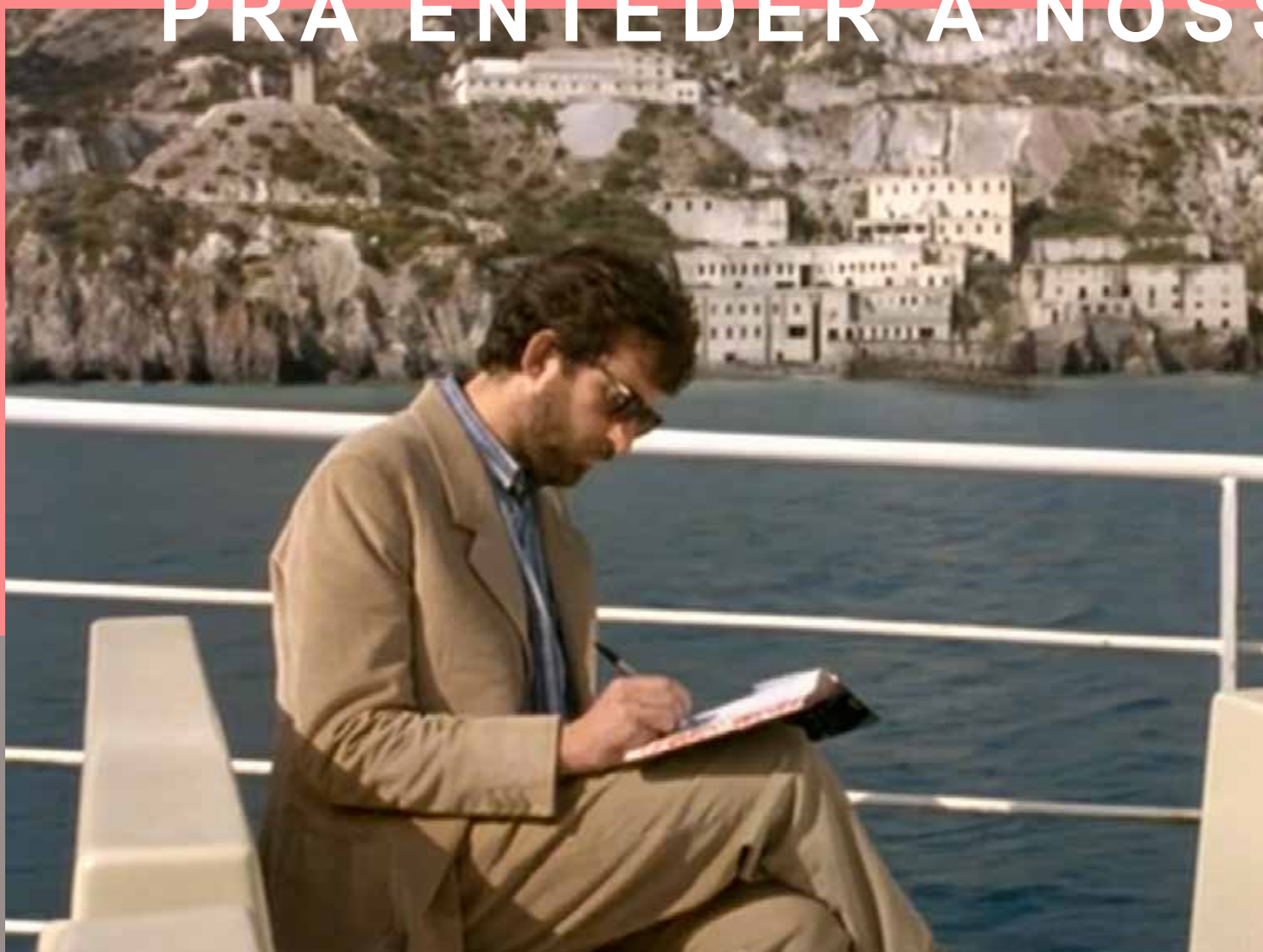
OK, OK...  
A internet possibilitou uma produção de conteúdo mais descentralizada, mas isso não significa que todo mundo seja um creator. Isso se reflete nos memes. Apesar de vê-los por toda parte sua produção está concentrada em 22% dos internautas.







CHEGA AQUI  
PRA ENTENDER A NOSSA



METODOLOGIA

CONSUMOTECA

LAB

### **desk research**

Aquela mapeada para entender o que andam falando desse tema e nos sentimentos da web.

### **coleta de dados**

Questionários com 1.000 respondentes, em todo o Brasil, das classes ABC Sendo 53% mulheres e 47% homens.

### **conver- sômetro**

Entrevistas presenciais e em profundidade com diversos jovens de 18 a 24 anos, heavy user do mundo digital.

### **papo cabeça**

Entrevistas em profundidade com especialistas e criativos em conteúdo na área digital.

LAB

CONSUMOTECA





*Foram colaboradoras desta edição pessoas incríveis que manjam dos paranaué da web*

CONSUMOTECA

LAB



**VIKTOR CHAGAS**

pesquisador e fundador do Museu dos Memes



**MICHEL ALCOFORADO**

antropólogo da Consumoteca



**BEATRIZ GRANJA**

curadora do Youpix



**THIAGO COSTA**

professor de mídias da FAAP



**FERNANDO FONTANELLA**

especialista em cultura digital



**THIAGO SCHWARTZ**

curador do Site dos Menes



**GIOVANA CARTAPATTI**

social media do Banco Next



**PAULA MASCARENHAS**

produtora de conteúdo do BuzzFeed

LAB

CONSUMOTECA



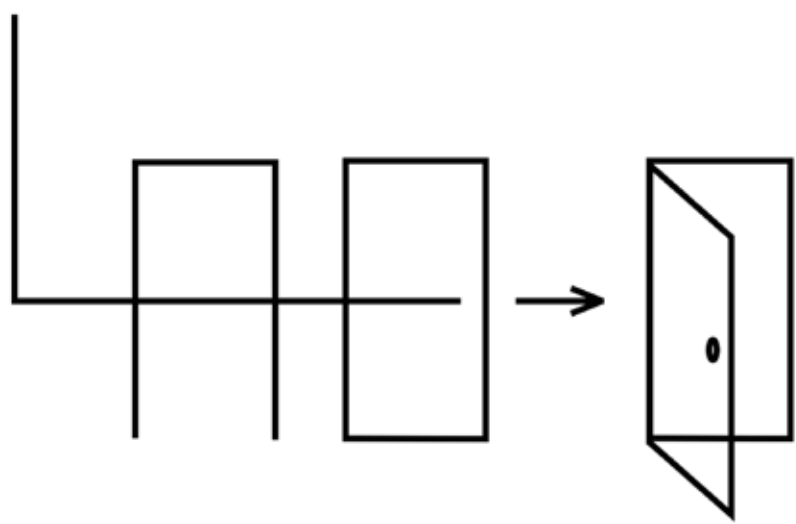
**FERNANDO LOURENÇO**

produtor de conteúdo da South America Memes



**MATHEUS LANERI**

produtor de conteúdo do Brasil que Deu Certo



OBRIGADAX OBRIGADAX  
OBRIGADAX OBRIGADAX  
OBRIGADAX OBRIGADAX  
LAB 2019 CONSUMOTECA  
OBRIGADAX OBRIGADAX

Este material é para livre troca de conhecimento e debate.

Gostou? Compartilha com amigos, printa pro stories, põe no seu ppt, manda indireta pro crush... (só não esquece de marcar a gente!)

**QUER MAIS PESQUISAS?**

   /CONSUMOTECA

**CONSUMOTECALAB.COM**

