

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS TECNOLÓGICAS  
CURSO DE FORMAÇÃO DE OFICIAIS BM

**JHENIFY RAQUEL SOUSA SILVA**

**PREVENÇÃO DE AFOGAMENTOS NAS PRAIAS DE SÃO LUÍS: o uso do**  
Instagram

São Luís  
2021

**JHENIFY RAQUEL SOUSA SILVA**

**PREVENÇÃO DE AFOGAMENTOS NAS PRAIAS DE SÃO LUÍS: o uso do  
Instagram**

Monografia apresentada ao Curso de Formação de Oficiais da Universidade Estadual do Maranhão, como requisito parcial para a obtenção de título de Bacharel em Segurança Pública e do Trabalho pela a Universidade Estadual do Maranhão.

Orientador: Major QOCBM Lisboa

São Luís  
2021

Silva, Jhenify Raquel Sousa.

Prevenção de afogamentos nas praias de São Luís: o uso do Instagram / Jhenify Raquel Sousa Silva. – São Luís, 2021.

61 f

Monografia (Graduação) – Curso de Formação de Oficiais BM-MA, Universidade Estadual do Maranhão, 2021.

Orientador: Maj. QOCBM José de Ribamar Mendes Lisboa.

**JHENIFY RAQUEL SOUSA SILVA**

**PREVENÇÃO DE AFOGAMENTOS NAS PRAIAS DE SÃO LUÍS: o uso do  
Instagram**

Monografia apresentada ao Curso de Formação de Oficiais da Universidade Estadual do Maranhão, como requisito parcial para a obtenção de título de Bacharel em Segurança Pública e do Trabalho pela a Universidade Estadual do Maranhão.

Aprovado em: 26/ 07/ 2021

**BANCA EXAMINADORA**



---

**Prof. Esp. José de Ribamar Mendes Lisboa - Maj. QOCBM (Orientador)**

Especialista em Defesa Social e Cidadania - IESP  
Corpo de Bombeiros Militar do Maranhão



---

**Prof. Me. Antonio Fernando Lavareda Jacob Junior**

Mestre em Ciência da Computação - UFPE  
Universidade Estadual do Maranhão



---

**Prof. Esp. Priscila Milena Costa Chahini - TC QOCBM**

Especialista em Administração Pública - UNICEUMA  
Corpo de Bombeiros Militar do Maranhão

Dedico este trabalho a Deus, a quem devo  
mais esta conquista.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, por tantas bênçãos que Ele proporcionou em minha vida e por segurar nas minhas mãos nos momentos mais difíceis.

Aos meus pais, Fernanda Raquel de Sousa Silva e Valdeci Dias Silva por serem compreensivos em minhas ausências, por me darem apoio e acreditarem sempre em mim ao longo da trajetória. Bem como a minha irmã Ingrid Raquel de Sousa Silva por abrir o portão de casa quando eu chegava tarde das inúmeras revistas.

Ao meu namorado André Thyago Costa Silva por todo amor, carinho e paciência todos os dias.

Aos meus amigos da 13ª turma CFO, Turma Governador Flávio Dino, por todos os momentos inesquecíveis que vivemos no decorrer do curso. Em especial aos meus amigos do grupo “Gente Socorro”: Isabela Luísa, Ítalo Januário, Mariana Aparecida e Jéssica Caroline.

Ao Major QOCBM Lisboa, por tão prontamente ter aceitado me orientar neste trabalho, pelo empenho dedicado, pelos esclarecimentos e por me conduzir durante toda esta produção.

*“Quanto mais aumenta nosso conhecimento, mais evidente fica nossa ignorância”.*

*John F. Kennedy*

## RESUMO

O presente trabalho possui como temática geral o uso do aplicativo Instagram para auxiliar na prevenção dos afogamentos das praias de São Luís. Assim, a pesquisa possuiu como problemática o seguinte questionamento: como divulgar de maneira eficaz e coerente as informações a respeito da prevenção aos afogamentos nas praias de São Luís utilizando o Instagram? Para responder essa pergunta foram empregados os métodos de pesquisa de campo e questionários. Nesse contexto, a pesquisa teve como principais resultados a verificação de que o Instagram possui um alcance bem grande em relação a outros meios de divulgação de informação e coleta de dados e que ele pode ser melhor empregado como ferramenta de prevenção aos afogamentos por meio de compartilhamento de conhecimento.

**Palavras Chaves:** Instagram. Afogamentos em praias. Divulgação. Prevenção.



## **ABSTRACT**

the research had as problematic the following question: how to effectively and coherently disseminate information about the prevention of drowning on the beaches of São Luís using Instagram? To answer this question, field research methods and questionnaires were used. In this context, the research had as main results the verification that Instagram has a very wide reach in relation to other means of information dissemination and data collection and that it can be better used as a drowning prevention tool through sharing of knowledge.

**Keywords:** Instagram. Drowning on beaches. Disclosure. Prevention.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Publicação Informativa no Instagram do CBMMA 2.683 visualizações. ...	22
Figura 2 - Corrente de retorno .....	24
Figura 3 - Análise dos seguidores do perfil do CBMMA .....	31
Figura 4 - Localidade dos seguidores do CBMMA.....	32
Figura 5 - Faixa etária dos seguidores do CBMMA. ....	33
Figura 6 - Pontos de Referência .....	35
Figura 7 - Experiência dos seguidores do CBMMA com afogamentos em praias.....	36
Figura 8 - Você saberia como agir ao reconhecer um afogamento na praia? .....	37
Figura 9 - Você conhece o número para acionar o Corpo de Bombeiros? .....	38
Figura 10 - Você sabe o que é uma corrente de retorno? .....	39
Figura 11 - Você sabe qual a altura máxima segura da água para o banho na praia? .....	40
Figura 12 - Você já buscou ou recebeu alguma informação de segurança contra acidentes por meio do Instagram?.....	41
Figura 13- Visão geral dos <i>insights</i> do Instagram do BBMAR.....	42
Figura 14 - Informação sobre corrente de retorno .....	43
Figura 15 - <i>Insight</i> do post sobre corrente de retorno.....	44
Figura 16 - Informação sobre como agir ao reconhecer um afogamento na praia ....	45
Figura 17 - <i>Insights</i> do post sobre o que fazer ao reconhecer afogamento na praia	45

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Sexo dos seguidores do Instagram do CBMMA.....	34
Tabela 2 - Perfil do afogado de São Luís.....	35
Tabela 3 - Comparativo da primeira pergunta.....	37
Tabela 4 - Comparativo da segunda pergunta.....	38
Tabela 5 - Comparativo da terceira pergunta.....	39
Tabela 6 - Comparativo da quarta pergunta.....	40
Tabela 7 - Comparativo da quinta pergunta.....	41
Tabela 8 - Comparativo da sexta pergunta.....	42

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas e Técnicas
Art.	Artigo
BBMAR	Batalhão de Bombeiros Marítimos
CBMES	Corpo de Bombeiros Militar do Espírito Santo
CBMMA	Corpo de Bombeiros Militar do Maranhão
CF	Constituição Federal
MS	Ministério da Saúde
SOBRASA	Sociedade Brasileira de Salvamento Aquático
SIM	Sistema de Informação em Mortalidade

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Mídias Sociais .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2 Redes Sociais .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 Instagram.....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.1 Ferramentas do Instagram que podem ser utilizadas para Auxiliar na Prevenção de Afogamentos nas Praias de São Luís.....</b>	<b>20</b>
<b>2.4 Alcance das redes sociais como fonte de informação para a comunidade</b>	<b>21</b>
<b>2.5 Afogamentos em praias .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5.1 Corrente de Retorno .....</b>	<b>23</b>
<b>2.5.2 Atitudes a serem tomadas ao reconhecer um afogamento no mar .....</b>	<b>25</b>
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Quanto à natureza .....</b>	<b>27</b>
<b>3.2 Quanto aos objetivos.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Quanto aos procedimentos .....</b>	<b>28</b>
<b>3.4 Quanto à abordagem do problema .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 Quanto à técnica de coleta de dados .....</b>	<b>29</b>
<b>3.6 Local da pesquisa .....</b>	<b>30</b>
<b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Aspectos Gerais do Público do Instagram do CBMMA .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 Análise dos Conhecimentos Prévios dos Usuários do Instagram do CBMMA e Comparação com outras Ferramentas.....</b>	<b>36</b>
<b>4.3 Análise da interação dos seguidores do Instagram do BMMAR .....</b>	<b>44</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>51</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>55</b>
<b>APÊNDICE A.....</b>	<b>56</b>

**ANEXO A.....59**  
**ANEXO B.....58**

## 1 INTRODUÇÃO

O Instagram tornou-se um forte instrumento de difusão de ideias na atualidade, o alcance desse aplicativo por milhares de usuários espalhados pelo mundo pode ser usado para contribuir com o trabalho do Corpo de Bombeiros Militar do Maranhão (CBMMA), notadamente no que se refere a prevenção de afogamentos nas praias de São Luís.

Segundo a Sociedade Brasileira de Salvamento Aquático (SOBRASA), o número de mortes por afogamento em 2018 foi por volta de 5.600, sem mencionar os incidentes não fatais que se estima exceder 100.000 casos. Os afogamentos no Brasil não são diferentes do mundo, mas por ter uma das maiores áreas espelhadas banháveis durante o ano todo, implica em muitos resgates aquáticos, como também um dos países com maior número de mortes por afogamento do planeta. Desse modo, torna-se essencial o aprimoramento das medidas de prevenção no meio marítimo.

Em São Luís são cerca de 32km de praias que são um dos principais atrativos que a capital maranhense possui. Nesse contexto, tendo a finalidade legal que o CBMMA possui positivado na Lei de Organização Básica (Lei Ordinária Estadual nº 10.230, de 23 de abril de 2015) e o que dispõe no Art. 2º, sobre as competências do órgão, comenta-se que: “ao Corpo de Bombeiros Militar do Maranhão, órgão com competência para atuar no âmbito do Estado, cabe: [...] VI - realizar prevenção no meio aquático e serviço de guarda-vidas;”.

Nesse sentido, esta pesquisa teve o intuito de analisar o uso da mídia social Instagram para contribuir na prevenção de afogamentos nas praias do município de São Luís.

Dessa forma, a seguinte problemática foi levantada em relação ao tema estudado: como divulgar de maneira eficaz e coerente as informações a respeito da prevenção aos afogamentos nas praias de São Luís utilizando o Instagram?

Em termos de metodologia, esta pesquisa utilizará artigos científicos, revistas, reportagens, bem como questionários voltados para o tema de prevenção nas praias de São Luís.

Assim, foi feito um detalhamento teórico na parte de inicial da pesquisa sobre: Mídias Sociais, Redes Sociais, Instagram, Alcance das redes sociais como fonte de informação para a comunidade e Afogamentos em praias.

Portanto, tendo em vista que a informação e o conhecimento estão em todas as esferas e áreas, inclusive nas redes sociais, cabe analisar como essa ferramenta pode contribuir com a comunidade e auxiliar o serviço do CBMMA, uma vez que o serviço de prevenção nas praias também faz parte das competências da instituição.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta etapa do projeto serão apresentadas algumas considerações acerca do tema proposto, com base nas teorias existentes. O referencial serviu de base para análise dos dados que foram coletados e estabeleceu as relações entre o problema de pesquisa os objetivos propostos e considerações finais, com todos os resultados obtidos.

### 2.1 Mídias Sociais

O termo “mídia” denomina “suporte, o veículo ou o canal de comunicação, pelo qual a informação pode ser conduzida, distribuída ou disseminada, como um “meio” de comunicação” (PERASSI; MENEGHEL, 2011), dessa forma, até o corpo humano pode ser considerado uma mídia que tem o potencial de informar e comunicar algo (PRADO, 2017).

Assim, a diferença das mídias sociais para as demais tecnologias de informação é a alternativa do usuário exibir conteúdo de maneira pública com outros usuários que tenham interesse na temática abordada, isso propicia a disseminação e o compartilhamento de conhecimento (CLEMENTI, 2017).

Desse modo, as mídias funcionam como ferramentas ou agentes tecnológicos. Como ferramenta, ela dá suporte físico para a informação, no entanto, para fazer uso delas é preciso de um agente tecnológico (PRADO, 2017).

Bradley e McDonald (2013, p. 26) definem mídia social como sendo “um ambiente online criado com o propósito da colaboração em massa”. O propósito define uma comunidade e orienta seus participantes a compartilharem seus conhecimentos, ideias e experiências.

São muitos tipos de mídias sociais, como por exemplo: blogs, wikis, fóruns e sites de redes sociais, fóruns de podcast, comunicações de conteúdo e *microblogging* (atualizações curtas postadas pelos usuários), feeds RSS, e “marcação” (LINDNER, 2015; HEMSLEY, MASON, 2012; HAKAM, et. al.,2014)

Mesmo existindo vários tipos diferentes de mídias sociais, a convergência destas mídias, juntamente com a busca pela interação social e o aumento do uso dos dispositivos móveis, estimula a popularização das redes sociais (CLEMENTI, 2017)

## 2.2 Redes Sociais

A rede social teve sua formação em meados do século XX. Essa ideia constitui o fato de que as relações sociais constituem um “tecido” que adequa as pessoas que estão nele. Nesse contexto, a metáfora de tecido ou rede foi usada primeiramente na sociologia, que associava os hábitos individuais a uma estrutura a qual essa pessoa pertence e se tornou uma metodologia denominada de sociometria (FERREIRA, 2011).

Hodiernamente, já se sabe mais a respeito de redes sociais do que no início do século XX, quando surgiram as primeiras explicações de fenômenos em rede. Após o aparecimento da sociometria, nas décadas de 50 e 60, sabe-se que as redes sociais são pequenos mundos e podemos classificá-las, calcular várias de suas grandezas e adquirir modelos que incorporam o crescimento das redes e a não aleatoriedade de suas conexões (FERREIRA, 2011).

Nesse contexto, pode-se dizer que as redes sociais, no período contemporâneo técnico-científico-informacional, estão transformando o modo como as pessoas se comunicam, se relacionam e aprendem.

Dessa forma, as redes sociais podem ser consideradas um meio de possibilidades, que se estabelece a partir de elementos virtuais e relação entre os indivíduos que fazem uso dessas ferramentas. Para utilizar as redes sociais deve-se ter o intermédio de um aparelho eletrônico. Para Santaella e Lemos (2010, p.40), “as redes consistem não apenas em pessoas e grupos sociais, mas também em artefatos, dispositivos e entidades”.

Nesse sentido, o termo “rede social” se tornou o equivalente à tecnologia da informação e comunicação. O uso dessa ferramenta ultrapassou fronteiras e perpassou áreas. O campo da comunicação foi uma das apropriações mais marcantes com o uso de termos como mídia digital, rede digital, mídia social, etc, para exteriorizar esse fenômeno (VERMELHO, 2013).

Outrossim, conforme Acioli (2007, p. 3), “trabalhar com a ideia de redes significa trabalhar de forma articulada com a ideia de informação”. Desse modo, nota-se a importância que as redes sociais têm para o compartilhamento de informações.

## 2.3 Instagram

A crescente imersão da sociedade nos aplicativos e sites de redes sociais digitais vêm reinventando os processos comunicacionais, esse fato propicia a utilização de novas práticas de leitura e uma nova forma de difundir o conhecimento. Nesse contexto, o aplicativo Instagram emerge nesse espaço virtual, no sentido de ser um difusor de novos moldes de encontros colaborativos na rede, já que se apresenta como uma rede social *online* focada na comunicação e autoria visual (ALVES, 2018).

Nesse íterim, o Instagram é um aplicativo que nasceu no cenário do ciberespaço em 2010 e, desde então, vem obtendo seguidores em proporções enormes, pois, além de ser um aplicativo gratuito, possibilita a publicação de imagens, vídeos, legendas e filtros que podem ser compartilhados com o público, e graças ao seu convite visual, ele é capaz de proporcionar todas as vantagens informativas que imagens, pequenos vídeos e textos são capazes de produzir, trazendo, dessa forma uma comunicação visual rápida(MOTA, 2018).

O Ciberespaço é um ambiente complexo, e a cultura política cresce nesse caldo efervescente, gerando novos processos e produtos. A nova potência da emissão, da conexão e da reconfiguração, os três princípios maiores da Cibercultura estão fazendo com que possamos pensar de maneira mais colaborativa, plural e aberta. Sempre que podemos emitir livremente e nos conectar a outros, cria-se uma potência política, social e cultural: a potência da reconfiguração e da transformação. A cultura contemporânea, do digital e das redes telemáticas, está criando formas múltiplas e multimodais e planetárias de recombinações. (LEMOS; LEVY, 2010, p. 27).

O Instagram foi criado por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger em 2010. Poucos meses depois, a rede social tornou-se um dos aplicativos mais promissores da *App Store*. A quantidade de usuários se expandiu e, em 2011, já existiam mais de 10 milhões de inscritos. Até abril de 2012 o aplicativo continuava exclusivo para o sistema IOS (Sistema operacional do Iphone), somente quando o *Google* comprou os seus direitos que o aplicativo foi disponibilizado para o sistema Android. O aplicativo foi comprado pelo Facebook (de Mark Zuckerberg), no ano de 2012, por US\$ 1 bilhão. No ano de 2017, Carolyn Everson, executiva do Facebook, divulgou que o Instagram tem 800 milhões de usuários ativos por mês, com 500 milhões acessando o aplicativo todos os dias.

Ademais, analisando os aplicativos e sites de redes sociais que antecederam o Instagram, esse traz uma vantagem ao propor compatibilizar perfis de usuários que dinamizam o tempo dedicado às redes sociais online, e trata os temas propostos nas postagens com objetividade. Torna-se importante ressaltar que:

Mídias híbridas e mutantes proliferam sob o efeito da virtualização da informação, do progresso das interfaces, do aumento das potências de cálculo e das taxas de transmissão. Cada dispositivo de comunicação diz respeito a uma análise pormenorizada, que por sua vez remete à necessidade de uma teoria da comunicação renovada, ou ao menos a uma cartografia fina dos modos de comunicação. O estabelecimento dessa cartografia torna-se ainda mais urgente, já que as questões políticas, culturais, estéticas, econômicas, sociais, educativa e até mesmo epistemológicas de nosso tempo são, cada vez mais, condicionadas a configurações de comunicação. A interatividade assinala muito mais um problema, a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos de comunicação, do que uma característica simples e unívoca atribuível a um sistema específico (LÉVY, 1999, p. 82) afogamento não é acidente, não acontece por acaso, tem prevenção, e esta é a melhor forma de tratamento“ (Szpilman, 2020).

### **2.3.1 Ferramentas do Instagram que podem ser utilizadas para Auxiliar na Prevenção de Afogamentos nas Praias de São Luís**

O Instagram foi primordialmente idealizado apenas como uma rede social para publicação de fotos e mensagens (GAYA,2021). Ao longo do tempo, a rede se adaptou cada vez mais ao avanço tecnológico digital e apresenta-se atualmente como uma grande ferramenta para veiculação de informações que atingem grandes massas e tem potencial de auxiliar em situações como a prevenção de afogamentos nas praias de São Luís.

Fornece muitos recursos para que se possa sempre colocar algo em evidência, além de ser uma das redes sociais que mais cresce no mundo (GAIA, 2020).

Estas são algumas ferramentas disponibilizadas pelo aplicativo que possibilita esse alcance populacional e, conseqüentemente, cumprir a função de auxiliar a prevenção:

**a) Stories:** A função *stories* permite aos usuários que publiquem fotos ou vídeos rápidos, que podem ser editados, e só podem ser visualizados por um período curto de tempo, pois permanecem no ar apenas por 24 horas. Essa ferramenta confere praticidade às postagens e pode ser utilizada para informações rápidas para se adequarem ao estilo de fácil interação com o público e de grande alcance. Dentro de

suas funcionalidades é possível encontrar enquetes, caixas de perguntas, testes, destaques, além de apresentar uma facilidade no envio de mensagens diretamente no stories postado.

**b) Reels:** O *Reels* é um recurso novo do Instagram que vem adquirindo cada vez mais popularidade. Também possui um caráter mais informal de vídeos curtos de 15 a 30 segundos, mas diferencia-se dos stories por ter uma aba exclusiva para ele, o que garante uma organização das informações. Essa ferramenta possibilita um grande alcance ao ser facilmente encontrado por pessoas mesmo que essas não sigam a página, baseando sua popularidade no engajamento do conteúdo.

**c) IGTV:** O IGTV também se trata de conteúdo em formato de vídeo, porém assemelha-se mais ao *Youtube* por permitir vídeos mais longos. Nele, cabe inserir conteúdos mais complexos e, conseqüentemente, mais informativos.

**d) Live:** As *lives* possibilitam um conteúdo em vídeo ao vivo, assim como uma interação em tempo real com os usuários, o que se apresenta como uma ferramenta interessante para responder dúvidas e questionamentos do público.

**e) Guias:** O Guias é um dos recursos mais recentes. Trata-se de uma aba que aparece no perfil de contas comerciais e de *creators*, onde é possível uma organização em pastas de diferentes categorias e a adição de novos conteúdos. Essa ferramenta confere praticidade aos seguidores e garante o fácil acesso aos conteúdos informativos de forma prática e eficiente.

## 2.4 Alcance das redes sociais como fonte de informação para a comunidade

A mídia social envolve contas de usuários ou organizações que possuem arquivos públicos, semiprivados ou privados que se seguem ou se tornam amigos. Isso significa que os usuários ou organizações vinculadas a contas de redes sociais podem compartilhar suas informações e atualizações em sua lista de seguidores e interagir para trocar conhecimentos, opiniões e outras formas de comunicação, como a postagem de fotos e vídeos (BOYD; ELLISON, 2007).

Nesse sentido, além de plataformas de tecnologia emergentes e tendências culturais, as redes sociais também são uma forma de comunicação que está mudando as pessoas e seus estilos de vida e das organizações para troca de informações. (SCHMITT; SIMS-GIDDENS; BOOT, 2012).

Desse modo, a facilidade de uso das redes sociais para interação entre os usuários é um fator impressionante. No Instagram, as pessoas podem se comunicar em segundos, ao passo que artistas, empresas, jornalistas e organizações também podem divulgar informações importantes. Por meio do aplicativo há possibilidades de comunicação rápida, que é basicamente o que o mundo atual exige. Portanto, é possível conhecer esses dados com antecedência e praticidade antes que eles apareçam em jornais, revistas, portais de notícias, televisão e rádio.

Desse modo, a incorporação das redes sociais para fins informacionais mostra-se vantajosa, pois colabora com o desenvolvimento de conhecimento da comunidade, gerando maior interatividade com os conteúdos diários (Figura 1).

**Figura 1** - Publicação Informativa no Instagram do CBMMA 2.683 visualizações.



Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CQwoeXTpCo0/>

## 2.5 Afogamentos em praias

O trauma é considerado uma importante causa de morbidade e mortalidade de acidentes que ocorrem. Dentre esses agravos, o afogamento ainda é pouco estudado no Brasil (SZPILMAN, 2005).

Nesse contexto, a morte por afogamento refere-se a afogamento sem qualquer chance de reanimação, o tempo de submersão ou sinais evidentes de morte por mais de uma hora (ARAÚJO, 2007).

Ademais, em todo o mundo, de 2000 a 2005, o número de mortes de homens por afogamento foi aproximadamente quatro vezes maior que o de mulheres. Nos Estados Unidos, de 2000 a 2009, o afogamento foi a principal causa de morte por traumas entre crianças de 1 a 4 anos (SZPILMAN, 2012)

Conforme pesquisas mostradas pela Sociedade Brasileira de Salvamento Aquático (SOBRASA), no ano de 2020, estima-se que 15 brasileiros morreram afogados diariamente. Com base no ano de 2018, pode-se dizer que a cada 94 minutos um brasileiro morre afogado e que 46% dos óbitos ocorrem em pessoas até os 29 anos, sendo que os homens morrem 6,8 vezes mais que as mulheres no Brasil por afogamento (SZPILMAN, 2020).

Além disso, pode-se afirmar que no Brasil crianças maiores de 10 anos e adultos se afogam mais em águas naturais, ou seja, rios, represas e praias, bem como que 46% dos afogamentos ocorrem no verão. Ainda, pode-se ressaltar que a cada dois dias um turista morre no Brasil (SOBRASA, 2020).

Desse modo, mais de 90% das mortes ocorrem por ignorar os riscos, não respeitar os limites pessoais e desconhecer como agir. Diante disso, cabe destacar que: afogamento não é acidente, não acontece por acaso, tem prevenção, e esta é a melhor forma de tratamento (SZPILMAN, 2020).

### **2.5.1 Corrente de Retorno**

As correntes de retorno aparecem em quase todos os tipos de praias e são uma das maiores ameaças naturais para os banhistas, pois são levados para águas mais profundas em um curto período de tempo e podem causar afogamento. São correntes rápidas de até 3 m / s, perpendiculares à praia em direção ao mar e, em alguns casos, além dos limites da zona de arrebentação (Pereira et al. 2003, MacMahan et al. 2006, Trujillo & Thurman 2011).

A conformação das correntes de retorno consiste basicamente da chegada das ondas à zona de arrebentação, ou zona de surfe, onde elas acabam arrebentando gerando um fluxo mais fraco, amplo e vizinho a corrente de retorno o qual mantém as correntes alimentadoras direcionadas ao longo da costa. Como o fluxo é constante a água que flui através dessas correntes

alimentadoras continua seu caminho criando uma corrente na porção do pescoço, sendo este um canal. Essa corrente retorna a água no sentido do mar, onde o fluxo confinado tende a dissipar-se (na porção conhecida como cabeça) próximo ou longe da costa (MacMahan et al. 2006).

Na zona de arrebentação, a parte da circulação de refluxo refere-se à corrente que flui para o mar. Pode ser vista através da área mais profunda, que está associada ao canal mais profundo e à área sem quebra de ondas. Essas áreas estão espalhadas em um forte estado. A parte os quebra. Essas características geralmente são utilizadas para identificar a corrente de retorno (DALRYMPLE, 2011).

**Figura 2** - Corrente de retorno.



Fonte: UKELELE, 2019.

Para saber identificar uma corrente de retorno deve-se observar que ela geralmente aparece entre dois locais mais rasos, que são os bancos de areia. Bem como verificar que ela se apresenta como o local mais escuro e com o menor número ou tamanho nas ondas, como pode ser visto na Figura 2. Verifica-se também que é o local onde aparenta maior calma. (Manual Técnico de Salvamento Aquático CBMES, 2017).

Conforme o Manual Técnico de Salvamento Aquático do Corpo de Bombeiros Militar do Espírito Santo, o que se deve fazer caso seja surpreendido por uma corrente de retorno é nadar com calma e paralelo à praia, até sair da correnteza.



## 2.5.2 Atitudes a serem tomadas ao reconhecer um afogamento no mar

O reconhecimento de casos de afogamento antes ou durante esse evento pode evitar que a situação piore se agir com antecedência. É importante que se preste mais atenção às pessoas que estejam ao redor na praia.

Diferente do que se costuma pensar, os banhistas em perigo não acenam, nem pedem ajuda, deve-se ficar atento especialmente aos homens que se afogam com mais frequência. O banhista geralmente fica em uma posição vertical, com os braços estendidos lateralmente e batendo levemente na água, por isso as pessoas que se aproximam costumam pensar que ela estava apenas brincando na água. A vítima pode ser imersa na água várias vezes enquanto tenta permanecer acima da água.

Na luta sem afundar, as crianças geralmente resistem por 10 a 20 segundos nessa luta, enquanto os adultos resistem por até 60 segundos antes de mergulhar. Devido à prioridade instintiva de respirar, as vítimas de afogamento geralmente não conseguem gritar por socorro. Após a identificação da vítima de afogamento, a primeira tarefa é alertar que o acidente está acontecendo (SOBRASA, 2017).

Conforme o Manual de Emergências Aquáticas da SOBRASA (2019), após perceber que a vítima está em perigo e pedir ajuda a alguém, a próxima prioridade é interromper o processo de afogamento fornecendo flutuadores à vítima. Fornecer flutuabilidade é uma estratégia muito importante, mas não é muito útil, embora possa economizar um tempo essencial para o serviço de emergência chegar ou para ajudar o pessoal no local a planejar o trabalho de resgate necessário.

A maioria das ações de resgates por leigos tendem a concentrar-se no objetivo estratégico de conseguir retirar a vítima da água, mesmo que para isto exista um alto risco de vida ao socorrista. Dispositivos de segurança tais como bóias salva-vidas, foram propositadamente concebidos para proporcionar flutuação. No entanto, eles nem sempre estão disponíveis na cena de um incidente de afogamento. Portanto, improvisar na flutuação é fundamental na hora de ajudar. Objetos tais como: garrafas de plástico vazias, pranchas de surf, geladeira ou outros materiais em isopor, espumas diversas e madeiras devem ser usado (SOBRASA, 2019).

Assim, se for levado em consideração a quantidade de leigos que se afogam e, por vezes, morrem na tentativa de salvar outros e acabam se tornando mais uma vítima, a prioridade é ajudar ofertando para a vítima algum material de flutuação e evitar ao máximo entrar na água.

Desse modo, sucintamente, ao reconhecer um afogamento, o primeiro passo a fazer é chamar ajuda especializada, no caso, os guarda vidas, ligando “193” para acionar o Corpo de Bombeiros. Em segundo lugar deve-se tentar oferecer algum objeto flutuante para a vítima. Se não souber as técnicas corretas, não é recomendado adentrar ao mar para fazer o resgate pois “socorristas podem morrer junto com a vítima se estiverem despreparados” (Manual Técnico de Salvamento Aquático CBMES, 2017).

Com base no exposto, nos autores citados e nos trabalhos revisados, bem como outros, é possível identificar bases científicas que servirão de suporte para o estudo monográfico com o intuito de apresentar o arcabouço teórico necessário, atingir os objetivos propostos e servir de base para outras pesquisas e estudos na área.

### **3 METODOLOGIA**

Nesta fase são apresentados os métodos utilizados, que são a base para a compreensão do fenómeno em estudo, e através da utilização dos procedimentos adequados, é possível identificar e apresentar os resultados de carácter científico e fiáveis, os quais são importantes para alcançar as metas essenciais para pesquisa na área académica.

O método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos utilizados para adquirir conhecimento. Para ser considerado conhecimento científico, é necessário determinar as etapas para verificá-lo, ou seja, determinar os métodos que possibilitam a aquisição do conhecimento (GIL,1999).

#### **3.1 Quanto à natureza**

A pesquisa aplicada é a metodologia utilizada quanto a natureza do problema. Essa pesquisa também chamada de pesquisa prática visou encontrar soluções as necessidades apresentadas na realidade. Foi um teste prático das posições teóricas (LEÃO,2017).

Desse modo, objetivou gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos (PRODANOV; FREITAS, 2013).

#### **3.2 Quanto aos objetivos**

Este trabalho está baseado nos moldes da pesquisa exploratória, a qual realizou descrições precisas da situação e descobriu as relações existentes entre seus elementos componentes. Esse tipo de pesquisa requer um planejamento bastante flexível para possibilitar a consideração dos mais diversos aspectos de um problema ou de uma situação (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2017).

Nesse sentido, a pesquisa exploratória teve por objetivo proporcionar maiores informações sobre o assunto e também facilitar a delimitação de um tema para o trabalho, assim como definir objetivos e formular hipóteses da pesquisa (ANDRADE, 2017).

### 3.3 Quanto aos procedimentos

Quanto aos procedimentos este trabalho se utilizou da pesquisa bibliográfica, a qual possui seus fundamentos em materiais já elaborados, como livros, revistas e artigos científicos (GIL,2017). Foram utilizados manuais de salvamento aquático de vários estados do Brasil.

Ademais, foi utilizado como apoio a pesquisa documental, que se trata de uma fonte documentos no sentido amplo e não apenas de documentos impressos, mas também de outros tipos de documentos, tais como jornais, fotos, documentos e reportagens (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2017).

A pesquisa documental trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, não sendo fácil por vezes distingui-las. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas. A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc. (FONSECA, 2002, p. 32).

Assim, também foi utilizada a técnica de estudo de campo que por meio da observação direta das atividades e realização de questionários com diversas pessoas, as explicações da realidade são capturadas. Por intermédio dessa pesquisa será possível se aprofundar na realidade concreta (GIL,2017).

### 3.4 Quanto à abordagem do problema

Quanto a abordagem do problema foram utilizados os métodos de pesquisa qualitativo e quantitativo. O qualitativo se trata daquele que se ocupa de nível subjetivo e relacional da realidade social, ele interpreta e analisa os fenômenos (MINAYO, 2016).

Já a pesquisa quantitativa, segundo Knechtel (2014), é uma categoria de pesquisa que age sobre um problema humano ou social que se baseia no teste de uma teoria e é composta por variáveis quantificadas em números. Esse tipo de pesquisa se importa com a quantificação dos dados.

Conforme Yin (2015), pode-se usar pesquisa qualitativa e quantitativa em um mesmo estudo pois um não exclui o outro, pelo contrário, pode ajudar a complementar de modo a fornecer um melhor entendimento do fenômeno de estudo.

A modalidade de pesquisa quali-quantitativa “interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e os dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos (semântica)” (KNECHTEL, 2014, p. 106).

Diante disso, em um primeiro momento foi feita uma apresentação por meio de figuras e gráficos dos dados estatísticos sobre as respostas das perguntas feitas aos seguidores do perfil do Instagram do BBMAR por meio da utilização da ferramenta “enquete” nos *Story* do Instagram, bem como a comparação das respostas com o questionário contendo as mesmas perguntas aplicadas utilizando o *Google Forms*. Foi realizado a análise quantitativa dos resultados obtidos nos dois meios de obtenção de respostas.

Em um segundo momento, foram feitas duas publicações no Instagram do BBMAR e foi realizado análise qualitativa e quantitativa dos resultados obtidos nos dados estatísticos.

### **3.5 Quanto à técnica de coleta de dados**

Quanto a coleta de dados, esta pesquisa utilizou o questionário. Para Gil (1999, p.128), o questionário pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”

Portanto, em termos de questões empíricas, o questionário é uma tecnologia que pode reunir informações da realidade, sua linguagem é simples e direta, para que os participantes possam entender claramente o que está perguntando, já que a pesquisa foi voltada para a comunidade com o público de faixas etárias diversas.

### **3.6 Local da pesquisa**

O local da pesquisa foi dado no ambiente virtual na plataforma do aplicativo Instagram, voltado para a comunidade do São Luís, capital do Maranhão, as pessoas envolvidas serão seguidores do perfil do Instagram do Corpo de Bombeiros Militar do Maranhão (@bombeiros.cbmma193) e do Batalhão de Bombeiros Marítimos (@bbmar\_cbmma) no primeiro semestre de 2021.

Desta forma, após a análise dos dados coletados foi possível analisar a resposta da população a respeito do tema abordado e propor quais formas seriam mais eficientes e eficazes para compartilhar informações na área de prevenção a afogamentos nas praias de São Luís por meio da mídia social Instagram.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Este capítulo tem como finalidade apresentar os resultados, levantados pelos questionários, discussões e pesquisa de campo, conforme análise da literatura. Dessa forma, dividiu-se em 2 categorias: Aspectos Gerais do Público do Instagram do CBMMA e Análise da interação dos seguidores do Instagram do BMMAR.

### 4.1 Aspectos Gerais do Público do Instagram do CBMMA

A primeira parte da análise do estudo foi obtida por meio de verificação do perfil dos seguidores do Instagram do CBMMA (@bombeiros.cbmma193).

Nesta primeira parte, foram utilizados dados obtidos por meio da ferramenta “*insight*” que o Instagram oferece para contas empresariais, que é o caso do Instagram do CBMMA.

Traduzido do inglês, “*insight*” é "a capacidade de entender verdades escondidas etc., especialmente de caráter ou situação" portando um sentido igual a "discernimento" (Allen, 1990, p. 612), ou "a capacidade para discernir a verdadeira natureza de uma situação". "o ato ou o resultado de alcançar a íntima ou oculta natureza das coisas ou de perceber de uma maneira intuitiva" (Mifflin, 1994, ‘*insight*’).

No Instagram, essa ferramenta possibilita acessar os dados sobre o alcance das publicações, o engajamento do público com elas, além de permitir o conhecimento de algumas características da sua audiência, o que demonstra fundamental importância para a identificação do público e de suas necessidades.

#### 1° Dado

Figura 3 - Análise dos seguidores do perfil do CBMMA.



Fonte: Dados da pesquisa (13 de junho de 2021).

O primeiro dado apresentado demonstra quantos seguidores o perfil do CBBMA possui, bem como quantas pessoas começaram a seguir nos últimos seis dias e quantos deixaram de seguir nesse intervalo de tempo. Até a data da pesquisa o perfil possuía 24.180 seguidores, esse número bastante elevado demonstra o potencial de alcance que a rede social possui. Consoante Acioli (2007, p. 3), “trabalhar com a ideia de redes significa trabalhar de forma articulada com a ideia de informação”. Desse modo, nota-se que existe um público relevante e que é interessante para a comunidade de São Luís a produção de conteúdo interativo sobre prevenção nas praias utilizando o Instagram.

## 2° Dado

No segundo dado apresentado observamos a localidade da maioria dos seguidores do perfil do Instagram do CBBMA:

**Figura 4** - Localidade dos seguidores do CBMMA.



Fonte: Dados da pesquisa (13 de junho de 2021).

Como pode-se observar, 54% dos seguidores pertencem a ilha de São Luís, a capital do Maranhão, que tem uma grande extensão de praias movimentadas,



sendo um dos principais atrativos de passeio para os moradores da capital. No ano de 2020 foram registrados quatro óbitos por afogamento nas praias de São Luís, a mesma quantidade no primeiro semestre de 2021, de acordo com dados repassados pelo Batalhão de Bombeiros Marítimos (CBMMA, 2021).

Conforme dados tabulados com base no Sistema de Informação em Mortalidade (SIM), de 2008 a 2018, na pesquisa de avaliação de óbitos por afogamento nos estados do Brasil, o Maranhão teve aumento da mortalidade em 37% (SZPILMAN, 2020).

Desse modo, nota-se a necessidade da intervenção por meios educativos e o Instagram é um aliado na divulgação de medidas preventivas contra afogamentos nessa região.

### 3° Dado

No terceiro dado têm-se a faixa etária dos seguidores do perfil do CBMMA:

**Figura 5** - Faixa etária dos seguidores do CBMMA.



Fonte: Dados da pesquisa (13 de junho de 2021).

Constata-se que 43,1% dos seguidores tem entre 25 e 34 anos e logo em seguida pode-se observar que também em grande quantidade tem-se a faixa etária dos 18 aos 24 anos, sendo 25%.

Conforme o Manual da SOBRASA, de todos os óbitos por afogamento 46% ocorrem até os 29 anos. Desse modo, grande parte do público que segue o perfil do Instagram do CBMMA (que podem ser eventuais vítimas de afogamento) poderiam receber informações educativas por meio do aplicativo de como se prevenir e quais cuidados devem tomar ao estarem em ambiente marítimo. (SOBRASA, 2020)

#### 4º Dado

**Tabela 1** - Sexo dos seguidores do Instagram do CBMMA.

<b>Sexo</b>	<b>Quantidade de respostas</b>	<b>Porcentagem</b>
Homens	13.057,2	56%
Mulheres	10.639,2	44%

Fonte: Instagram do CBMMA (13 de junho de 2021).

A partir da análise da Tabela 1, constata-se que a maioria dos seguidores do perfil do Instagram do CBMMA são homens. Em média os homens morrem 6,8 vezes mais que as mulheres por afogamento (SOBRASA, 2020).

Fazendo um comparativo entre os usuários do Instagram do CBMMA e o perfil do afogado em São Luís (Tabela 1), nota-se que o público que utiliza o aplicativo e segue a página dos bombeiros tem compatibilidade com os dados do perfil do afogado, como pode-se observar na tabela seguinte:

#### 5º Dado

**Tabela 2** - Perfil do afogado de São Luís.

<b>BATALHÃO DE BOMBEIROS MARÍTIMO - PERFIL DO AFOGADO</b>					
<b>AFOGAMENTOS COM ÓBITO EM 2020</b>					
<b>NOME E GÊNERO</b>	<b>IDADE</b>	<b>LOCAL</b>	<b>DATA</b>	<b>HORÁRIO</b>	<b>MARÉ</b>
C. (masculino)	15 anos	Calhau, PR6	31/08/2020	16h30	enchente
J. (masculino)	15 anos	São Marcos, PR3	8 de setembro de 2020	16H15	baixa, 1,3m, estofo
T. (masculino)	20 anos*	Ponta d'areia, PR2	16 de setembro de 2020	10h00	vazante
D. (masculino)	8 anos	Calhau, PR4	12 de outubro de 2020	17h40min	vazante

AFOGAMENTOS COM ÓBITO EM 2021					
M. (masculino)	18	Calhau	7 de fevereiro de 2021	10h00	enchente
W. (masculino)	38	Calhau, PR5	18 de janeiro de 2021	18h30	enchente
L. (masculino)	17	Araçagi, PR10	21 de abril de 2021	15h30	vazante
E. (masculino) B	21	Calhau, PR7	1 de maio	23H30	vazante

Fonte: CBMMA (2021).

De acordo com as informações analisadas na Tabela 2, o perfil do afogado de São Luís consta em sua maioria homens, normalmente jovens, com idade entre 15 e 21 anos, conferindo-se algumas exceções. Esse perfil é o mesmo compartilhado pela maioria dos seguidores do perfil do Instagram do CBMMA, conforme as referências analisadas anteriormente.

Diante da perspectiva de alcance do Instagram exposta nos dados supracitados, a análise do perfil do afogado denota a importância da divulgação de informações e de medidas preventivas.

Visto que, segundo dados da SOBRASA, mais de 80% das mortes ocorrem por desconhecimento dos riscos, desrespeito aos limites pessoais e o desconhecimento de como agir (SOBRASA, 2020).

Portanto, com a difusão de informações diretamente ao público alvo, aliada ao alcance da rede social, será possível evitar prováveis afogamentos nas praias de São Luís.

**Figura 6 - Pontos de Referência.**



Fonte: CBMMA (2021)

A Figura 6 indica alguns pontos de referência nas praias de São Luís, que, como pode-se observar, se inicia desde o Espigão Costeiro e se estende até o Farol do Mangue Seco. Conforme dados da SOBRASA (2020), as praias oceânicas compreendem 15% do total de óbitos por afogamento no Brasil, com uma estimativa de 840 mortes por afogamento ao ano. O litoral ludovicense conta com 32km de extensão, sendo as praias do Calhau, Araçagi, Olho d'água, Ponta d'areia e São Marcos as principais da capital, essas caracterizam-se por serem grandes atrativos aos turistas e também à população local em busca de lazer, conseqüentemente, tais praias apresentam uma grande quantidade de banhistas diariamente e dependem de uma prevenção eficiente contra afogamentos.

#### **4.2 Análise dos Conhecimentos Prévios dos Usuários do Instagram do CBMMA e Comparação com outras Ferramentas**

A análise do estudo foi composta por aplicação de questionário com seis perguntas por meio de publicações nos *Stories* do Instagram do CBMMA (@bombeiros.cbmma193) com duração de 24 horas . Foi realizado um comparativo com as mesmas seis perguntas feitas através da ferramenta *Google Forms* com *link* compartilhado via aplicativo *Whatsapp* (com duração de 12 dias para colher os resultados).

As perguntas no Instagram foram separadas de duas em duas e distribuídas em três dias. Já no *Google Forms*, o formulário ficou disponível por 12 dias.

A seguir haverá tabelas de comparação dos resultados obtidos de acordo com cada pergunta, bem como o número de visualizações obtidas por meio do Instagram.

## 1° questionamento

Figura 7 - Experiência dos seguidores do CBMMA com afogamentos em praias



Fonte: Instagram do CBMMA (15 de junho de 2021).

Tabela 3 - Comparativo da primeira pergunta.

	<b>Instagram</b>	<b>Google Forms</b>
<b>Sim</b>	325	34
<b>Não</b>	669	30
<b>Total</b>	994	64

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Foi perguntado ao público, nos dois meios comunicativos, se já haviam se deparado com alguma situação de afogamento nas praias. Analisando os dados, infere-se que 325 pessoas que participaram da enquete no Instagram responderam positivamente, o que equivale a aproximadamente 32% do público participante, enquanto 34 pessoas responderam positivamente no *Google Forms*, o que corresponde a aproximadamente 54%. Ao considerar essas informações, percebe-se que a grande quantidade de pessoas que já presenciou algum afogamento confere quanto aos dados da SOBRASA que esclarece que o número de mortes por afogamento no Brasil supera os 5.700 casos ao ano e mais de 100.000 pessoas sofrem incidentes não fatais.

Nesse contexto, ao observar as duas formas de pesquisa utilizadas, é notável a diferença de alcance entre elas. Enquanto o Instagram obteve um total de 994 respostas ao longo de 24h, o *Google Forms* obteve apenas 64, mesmo permanecendo disponível para respostas por 12 dias. O que demonstra mais uma

vez, o potencial da rede de modo que se pode compartilhar informações e atualizações para a lista de seguidores e interagir para proporcionar troca de conhecimentos (BOYD; ELLISON, 2007).

Levando isso em consideração, é possível discutir a eficiência positiva de uma campanha de prevenção contra afogamentos nas praias implementada com as ferramentas dispostas no Instagram.

## 2º questionamento

**Figura 8** - Você saberia como agir ao reconhecer um afogamento na praia?



Fonte: Instagram do CBMMA (15 de junho de 2021).

**Tabela 4** - Comparativo da segunda pergunta.

	<b>Instagram</b>	<b>Google Forms</b>
<b>Sim</b>	466	18
<b>Não</b>	512	46
<b>Total</b>	<b>978</b>	<b>64</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A Segunda pergunta feita ao público questionou se eles saberiam como agir ao reconhecerem um afogamento na praia. Os dados apresentaram respostas negativas em sua maioria, mais especificamente, cerca de 52% dos participantes da enquete no Instagram e cerca de 71% no formulário do *Google Forms*. Segundo a SOBRASA é necessário planejar intervenções prévias, chamadas de pré-evento, que consistem em preparar e prevenir a população.

Ao reconhecer um afogamento, o primeiro passo a fazer é chamar ajuda profissional, ou seja, os guarda vidas, ligando “193” para acionar o Corpo de Bombeiros. Em segundo lugar, deve-se tentar oferecer algum objeto flutuante para a

pessoa que se encontra em situação de afogamento. Não é recomendado adentrar ao mar para fazer o resgate caso não saiba a técnica correta pois “socorristas podem morrer junto com a vítima se estiverem despreparados”. (Manual Técnico de Salvamento Aquático CBMES, 2017).

A grande quantidade de pessoas que desconhecem as ações devidas diante de um afogamento denota a carência de informações veiculadas nas mídias que atendam as massas populacionais de São Luís.

Logo, demonstra também a necessidade de se analisar o papel do Instagram para executar essa função de disseminar informações de forma rápida e auxiliar na prevenção contra afogamentos.

### 3º questionamento

**Figura 9** - Você conhece o número para acionar o Corpo de Bombeiros?



Fonte: Instagram do CBMMA (16 de junho de 2021)

**Tabela 5** - Comparativo da terceira pergunta.

	<b>Instagram</b>	<b>Google Forms</b>
<b>Sim</b>	926	44
<b>Não</b>	205	20
<b>Total</b>	1.131	64

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

A terceira pergunta questionou o público quanto ao conhecimento acerca do número de telefone para acionar o Corpo de Bombeiros em caso de afogamento nas praias de São Luís. Conforme coletado no meios comunicativos, na enquete do

Instagram, 205 pessoas não conheciam, o que corresponde a aproximadamente 18% do público que participou. Já no questionário do *Google Forms*, 20 pessoas responderam negativamente, o que corresponde a cerca de 31% do público participante

O número do Corpo de Bombeiros, faz parte da informação que deve ser disseminada e, por conseguinte, conhecida pela maior quantidade possível de pessoas. Pois, ser capaz de acionar o corpo de bombeiros, faz parte das medidas preventivas a serem adotadas pela população, conforme indicado pela SOBRASA.

Dessa forma, o perfil no Instagram será um meio de comunicação coletiva eficiente que pode ser utilizado para divulgar o número do Corpo de bombeiros em casos e afogamento.

#### 4º questionamento

**Figura 10** - Você sabe o que é uma corrente de retorno?



Fonte: Instagram do CBMMA (16 de junho de 2021).

**Tabela 6** - Comparativo da quarta pergunta

	<b>Instagram</b>	<b>Google Forms</b>
<b>Sim</b>	489	24
<b>Não</b>	554	40
<b>Total</b>	1.043	64

Fonte: Dados da pesquisa

A quarta pergunta questionou o conhecimento do público referente a correntes de retorno. Segundo os dados da Pesquisa do Instagram a resposta foi



negativa para aproximadamente 53% dos participantes, enquanto no *Google Forms*, mais de 60% dos participantes desconheciam o conceito.

As correntes de retorno são formadas pelo refluxo de água que chega à praia empurrada pelas ondas, e variam em tamanho, largura, profundidade e intensidade de acordo com o tipo de praia. Quando as ondas quebram, elas empurram a água acima do nível do mar, assim que a energia da água é dissipada e a água que ultrapassou aquele nível médio é empurrada de volta pela força da gravidade em forma de correntes, que podem atingir velocidades de até 3m/s. (REVISTA BRASILEIRA DE GEOMORFOLOGIA, 2006)

A conceituação descrita acima, assim como explicitada no artigo acerca das correntes de retorno e dos riscos associados ao banho de mar da Revista Brasileira de Geomorfologia, demonstra a importância de se tomar conhecimento sobre as correntes de retorno, assim como a necessidade de que a população seja informada sobre o seu conceito e sobre as formas de se evitar afogamentos associados a esse fenômeno. Ademais, segundo a

Mais de 90% dos afogamentos em praias oceânicas ocorrem em correntes de retorno (SOBRASA, 2020).

Nesse contexto, a utilização do Instagram do CBMMA e do BBMAR, associados a divulgação de medidas preventivas contra afogamento, serão úteis para cumprirem essa função.

## 5º questionamento

**Figura 11** - Você sabe qual a altura máxima segura da água para o banho na praia?



Fonte: Instagram do CBMMA (17 de junho de 2021).

**Tabela 7** - Comparativo da quinta pergunta.

	<b>Instagram</b>	<b>Google Forms</b>
<b>Sim</b>	310	11
<b>Não</b>	549	53
<b>Total</b>	859	64

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A quinta pergunta questionou o conhecimento do público quanto à altura máxima segura para o banho de praia. Conforme a Tabela 7 do total de dados adquiridos, 549 pessoas responderam não possuir esse conhecimento, o que corresponde a aproximadamente 64% das pessoas que participaram. No formulário, cerca de 82% responderam negativamente à pergunta.

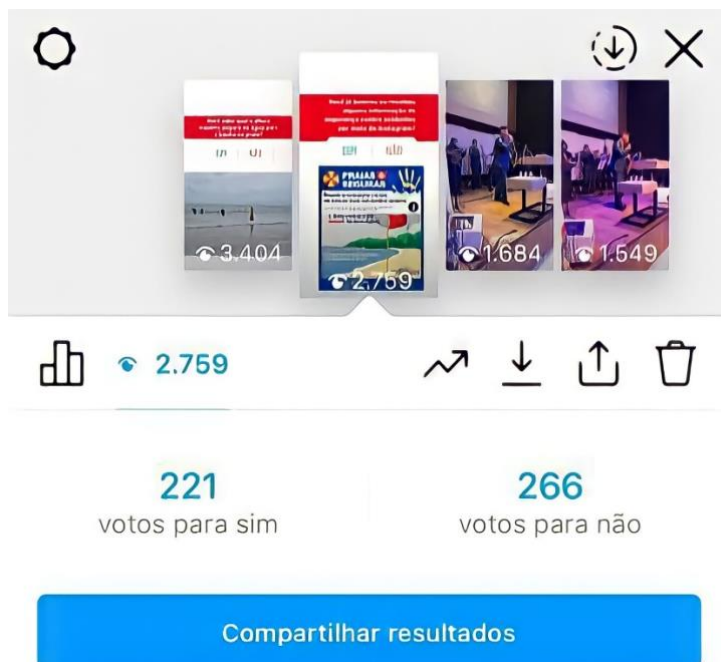
A altura máxima segura para o banho na praia deve ser abaixo da cintura. Essa informação é essencial para evitar afogamentos, e trata-se de uma postura que deve ser adotada pelo próprio banhista (SOBRASA, 2021).

No entanto, é a disseminação dessa informação que garantirá o conhecimento e, conseqüentemente, a conscientização dos banhistas quanto a sua segurança na praia, compartilhando essas informações para a redução dos afogamentos nas praias.

Os dados coletados na pesquisa demonstraram novamente a carência de conhecimento da população a respeito de medidas preventivas, indicadas pela SOBRASA, que devem ser adotadas para evitar afogamentos.

## 6º questionamento

**Figura 12** - Você já buscou ou recebeu alguma informação de segurança contra acidentes por meio do Instagram?



Fonte: Instagram do CBMMA (17 de junho de 2021).

**Tabela 8** - Comparativo da sexta pergunta.

	<b>Instagram</b>	<b>Google Forms</b>
<b>Sim</b>	221	21
<b>Não</b>	266	43
<b>Total</b>	487	64

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A última pergunta visou analisar o alcance das informações veiculadas através do Instagram, a atual divulgação de conteúdos preventivos na rede, assim como a procura dos usuários por eles.

De acordo com os dados fornecidos, cerca de 45% dos participantes da pesquisa nos stories já buscou informação sobre prevenção de acidentes por meio de conteúdos no Instagram. Já no *Google Forms*, aproximadamente 32%. Apesar de não se tratar da maioria em nenhum dos casos, é notável que já há pessoas interessadas no conteúdo preventivo disseminado pelas redes sociais, assim como há pessoas que não possuíam o conhecimento de que é possível obter informações seguras a fim de evitar acidentes como afogamentos na praia.

O Instagram fornece muitos recursos para que se possa sempre colocar algo em evidência, nesse caso, a educação com o intuito de prevenir afogamentos em

praias. É possível, portanto, fomentar o interesse do público em buscar esse auxílio preventivo por meio das ferramentas disponibilizadas no Instagram (GAIA, 2020).

### 4.3 Análise da interação dos seguidores do Instagram do BMMAR

Figura 13- Visão geral dos *insights* do Instagram do BMMAR.




Fonte: BMMAR (2021).

A partir da visão geral dos *insights* na Figura 11 foi possível analisar dados importantes para o engajamento da conta (bbmar\_cbmma), como a quantidade de contas alcançadas, a interação do público com o conteúdo e também o total de seguidores. O Instagram do BMMAR possuía no momento da análise 1922 seguidores, com um potencial de alcance de 747 contas e de interação com 179.


Para analisar melhor o comportamento dos seguidores do perfil do Instagram do BMMAR, foram feitas duas publicações educativas utilizando ferramenta “*Story*”, editada e produzida somente com os recursos do Instagram. A seguir observa-se a primeira imagem que foi publicada com duração de 24 horas:

Figura 14 - Informação sobre corrente de retorno.

## Corrente de Retorno

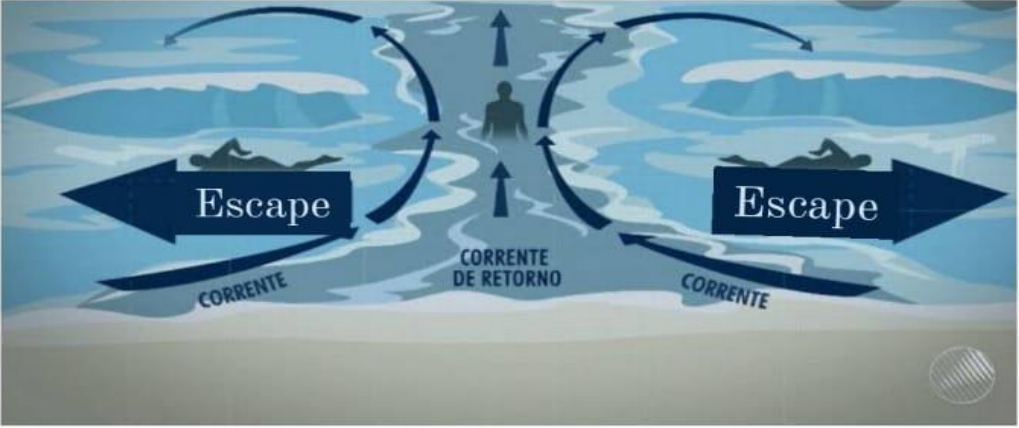


Uma corrente com sentido contrário ao deslocamento das ondas! É caracterizado pela ausência de quebração de ondas e ausência de 'espumas na água'.




COMO SAIR DE UMA CORRENTE DE RETORNO:

AFOGAMENTOS SÃO COMUNS NESSAS ÁREAS!



### Como identificar:



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

**Figura 15** - *Insight* do post sobre corrente de retorno.



Fonte: Dados da pesquisa (01 de julho de 2021).

Por meio da ferramenta utilizada (*Story*) tem-se praticidade para postagem e foi utilizada para informação rápida para se adequar ao estilo de fácil interação com o público e de grande alcance (GAIA, 2020).


No *insight* analisado, é possível perceber o grande engajamento dos seguidores com conteúdo postado. Visto que, apesar de o Instagram do BBMAR não possuir a mesma quantidade elevada de seguidores que o perfil do CBMMA, houve um grande engajamento com o stories informativo postado, 342 contas foram alcançadas e houve ainda 12 compartilhamentos, o que demonstra o interesse do público na divulgação desse tipo de postagem.

Ademais, é de extrema relevância que a comunidade ludovicense saiba a respeito das correntes de retorno tendo em vista que ela é uma das principais causas de afogamento nas praias com onda da costa brasileira (THÉVENIN, 2019).

A segunda publicação foi a respeito de como agir ao reconhecer um afogamento na praia, tendo em vista que muitos afogamentos acontecem quando alguém adentra ao mar para ajudar outra pessoa que já está se afogando. Sem a técnica adequada a pessoa que tenta ajudar acaba se tornando mais uma vítima.

**Figura 16** - Informação sobre como agir ao reconhecer um afogamento na praia.

**Como agir ao reconhecer um afogamento na praia?**



**Ajude o afogado SEM ENTRAR na água**

- Ligue 193
- Jogue material flutuante
- Aguarde o profissional chegar

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

**Figura 17** - *Insights* do post sobre o que fazer ao reconhecer afogamento na praia.



Fonte: Dados da pesquisa (02 de Julho de 2021).

Nesse *insight* do *story* postado sobre o que deveria ser feito ao reconhecer um afogamento na praia, também é possível analisar o engajamento do público com o conteúdo, percebe-se que 309 contas foram alcançadas, o que comparado a quantidade de seguidores da página já representa uma quantidade significativa de pessoas interessadas (GAIA, 2020).

Dessa forma, com uma divulgação eficiente, aliada à análise dos *insights*, além de outras ferramentas proporcionadas pelo Instagram, é possível impulsionar o engajamento das postagens e alcançar um público cada vez maior. E, conseqüentemente, proporcionar de forma eficiente medidas preventivas contra afogamentos nas praias de São Luís.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cidade de São Luís possui uma longa extensão litorânea e, conseqüentemente, é um atrativo para a sociedade em busca de lazer. No entanto, muitos afogamentos ocorrem por desinformação da população a respeito de medidas de segurança nas praias.

A sociedade contemporânea está altamente inserida no meio virtual e passa grande quantidade do tempo conectada às redes sociais. Nesse contexto, o aplicativo Instagram é um dos mais utilizados no mundo e tem um potencial muito forte para disseminar informações. No contexto da prevenção a afogamentos nas praias de São Luís, esse aplicativo pode ser melhor utilizado pelo Corpo de Bombeiros com objetivo de mitigar esse tipo de acidente.

Desse modo, quanto mais o perfil se tornar atrativo para a população, utilizando ferramentas como o *Reels* e interagindo com a comunidade por meio de enquetes e perguntas mais usuários serão atingidos com os conteúdos da página. Por conseguinte, maior parte da população terá acesso a informações educativas contra afogamentos.

Nesse contexto, durante toda a pesquisa procurou-se fundamentação para a resposta da problemática levantada que é: como divulgar de maneira eficaz e coerente as informações a respeito da prevenção aos afogamentos nas praias de São Luís utilizando o Instagram?

Assim, a resposta para tal questionamento a qual foi verificada por meio da aplicação dos questionários no Instagram e observação participativa onde se constatou que o *Story* do Instagram é uma ferramenta eficaz para disseminar conhecimento de prevenção a afogamentos nas praias, tendo em vista que o número de visualizações em um período de 24h foram quase 5.000 em algumas publicações, além de ter a opção de compartilhamento e também na praticidade de tirar dúvidas com os bombeiros por meio da ferramenta.

Além disso, também há outros recursos como o *Reels* que aumentam o engajamento da página, alcançando uma maior quantidade de pessoas e, conseqüentemente, auxiliando na disseminação das medidas preventivas aos afogamentos nas praias da capital.

Dessa forma, para amenizar a falta de informação da população quanto a conhecimentos básicos para evitar afogamentos no mar foram feitas duas publicações em dias diferentes no *Story* do Instagram o BBMAR. A primeira tratou a respeito das

correntes de retorno, o conceito, como identificá-las e como conseguir sair em segurança. A segunda publicação foi em relação a como agir ao reconhecer um afogamento no mar para que a segurança da pessoa não seja comprometida nesse tipo de situação.

Portanto, considerando o potencial positivo da rede social Instagram e com base nos resultados obtidos durante a pesquisa, em que o público atingido pelo aplicativo está concatenado ao público mais presente nas estatísticas do perfil do afogado, constatou-se que esse aplicativo é um grande aliado na divulgação de ações que possibilitem mitigar os afogamentos nas praias de São Luís.

## REFERÊNCIAS

- ACIOLI, S. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, v. 12, n. 1 esp, p. 8-19, 2007.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do trabalho Científico**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- ARAÚJO, RT. **Aspectos médicos legais e preventivos dos casos de afogamento na Região de Ribeirão Preto**. Dissertação. Ribeirão Preto (SP): Universidade de São Paulo; 2007.
- BARROS, A. J. P.; LEHFELD, N. A. S. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. Petrópolis: Vozes, 2000. Disponível em: <http://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia-da-Pesquisa>. Acesso em 17 de mai. de 2021.
- BARROS, Arthur De Alvarenga. **A Influência das Redes Sociais e seu papel na sociedade**. Artigo. São Paulo; 2012.
- BERRIBILI, Marcos Paulo. KLEIN, Antonio. MENEZES, João. **Correntes de retorno e os riscos associados ao banho de mar: estudo de caso da praia do Atalaia, itajaí (SC)**. Disponível em: < [ttp://www.lsie.unb.br/rbg/index.php/rbg/article/view/1203](http://www.lsie.unb.br/rbg/index.php/rbg/article/view/1203) > Acesso em 2 de abr. 2021.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites: definition, history, and scholarship**. Journal Of Computer-mediated Communication. Oxford University Press (OUP). Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062> > Acesso em: 13 de março de 2021.
- BRADLEY, A. J.; MCDONALD, M. P. **Mídias Sociais na organização: como liderar implementando mídias sociais e maximizar os valores de seus clientes e funcionários**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.
- BRASIL MERGULHO, Clecio MAYRINK, **Mergulho de Praia X Correntes de Retorno**, 2017. Disponível em: <https://www.brasilmergulho.com/mergulho-de-praia-x-correntes-de-retorno/> > Acesso em: 10 de maio de 2021.
- CBMES. **Manual técnico de Salvamento aquático**. Disponível em: < <https://cb.es.gov.br/Media/CBMES/PDF%27s/Manual%20T%C3%A9cnico%20de%20Salvamento%20Aqu%C3%A1tico%20-%20CBMES.pdf> > Acesso em 14 abr. 2021
- CERVO, Amado; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017
- CIRIBELI, João Paulo. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado**. Revista Mediação - Universidade FUMEC. 2011.

CLEMENTI, Juliana. **Mídias Sociais e Redes Sociais: conceitos e características**. I Seminário Universidades Corporativas e Escolas do Governo. 2017.

DALRYMPLE, MacMahan, V. 2011. **Rip Currents. Annual Review of Fluid Mechanics**, 2011.

FERREIRA, Gonçalo. **Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso**. São Paulo, 2011.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2002.

GAYA. **Instagram o guia definitivo dos recursos**. Disponível em <https://www.agenciagaya.com.br/2020/10/15/instagram-o-guia-definitivo-dos-recursos-stories-feed-igtv-e-reels-2/> > Acesso em 8 de mai. 2021

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999. Disponível em: <https://www.sobrasa.org/praiasseguras-medidas-de-prevencao-em-afogamentos/> > Acesso em 12 de mar. 2021.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LEÃO, Loudes Meireles. **Metodologia do Estudo e Pesquisa : facilitando a vida dos estudantes, professores e pesquisadores**. Petrópoles, RJ: Vozes, 2017.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LINDNER, Luis Henrique. **Diretrizes para o design de interação em redes sociais temáticas com base na visualização do conhecimento**. Dissertação, 2015

MACMAHAN J.H., THORNTON E.B., RENIERS A.J. 2006. **Rip current review**. In: Stive M.J. (Org.). Coastal Hydrodynamics and Morphodynamics: Symposium Celebrating the Academic Closing Address of Jurjen A. Battjes. Elsevier. 53(2-3):191-208.

MAIA, João Carlos B.G.; PEREIRA, Pedro de Souza; LESSA, Rosangela Paula Teixeira. **Variação espaço-temporal das correntes de retorno em municípios da região metropolitana do Recife**. Quaternary and Environmental Geosciences, [S.l.], v. 5, n. 2, dez. 2014. ISSN 2176-6142. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/abequa/article/view/36775>>. Acesso em: 14 jul. 2021. doi:<http://dx.doi.org/10.5380/abequa.v5i2.36775>. Acesso em 10 de mai. 2021

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Análise de estudos qualitativos conduzidos**. Rio de Janeiro. 2016.

MOCELLIN, Onir. **Determinação do nível de risco público ao banho de mar das praias arenosas do litoral centro norte de Santa Catarina.** (Dissertação) Mestrado. Pós-graduação em Ciência e Tecnologia Ambiental. Centro de Ciências Tecnológicas da Terra e do Mar, Universidade do Vale do Itajaí. 162p. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Onir%20Mocellin.pdf> > Acesso em 12 de mai. 2021

MOTA, Marlton Fontes Tavares. **O Instagram no Processo de Engajamento das Práticas Educacionais:** A dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. Revista Científica da FASETE. 2018.

PENNER, S. S. **Das redes sociais à inovação.** Minas Gerais, 2005.

PERASSI, R.; RODRIGUES, T. M. Conhecimento, Mídia e Semiótica na Área de Mídia do Conhecimento. In: VANZIN, T.; DANDOLINI, G. A. **Mídias do Conhecimento.** Florianópolis: Pandion, 2011. p. 47-73.

PEREIRA P.S., Calliari L.J., LÉLIS R.J., FIGUEIREDO S.A. 2003. **Riscos associados ao banho de mar e sua relação com a heterogeneidade morfodinâmica das praias do Rio Grande do Sul.** In: IX Congresso da Associação Brasileira de Estudos do Quaternário. Recife. 49-61p.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram:** considerações sob a perspectiva tecnológica. Brasília, 2012.

PRADO, Gladys Milena Berns Carvalho do. **Mídia digital conhecimento na área de coaching:** contradições na formação e na comunicação da marca profissional. Dissertação, 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de, **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2ª Ed., Novo Hamburgo - RS, Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo - ASPEUR Universidade Feevale, 2013.

Revista Brasileira de Geomorfologia. **Corrente de retorno e os riscos associados ao banho de mar: estudo de caso da praia do Atalaia, Itajaí (SC).** BERRILILLI, Marcos. KLEIN, Antônio. MENEZES, João. (2006)

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter.** São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação).

SANTOS & SANTOS. **As Redes Sociais Digitais e Sua Influência na Sociedade e Educação Contemporânea.** Rio Grande do Norte, 2014.

SANTOS, Valmaria Lemos da Costa. **As Redes Sociais Digitais E Sua Influência Na Sociedade E Educação Contemporâneas.** Minas Gerais, 2015.

SCHMITT, Terri L.; SIMS-GIDDENS, Susan S.; BOOTH, Richard G.. **Social Media Use in Nursing Education.** Ojin: The Online Journal Of Issues In Nursing, 2012.

SOBRASA, diretoria & SZPILMAN, David. **Afogamento – Boletim epidemiológico no Brasil 2020.** Sociedade Brasileira de Salvamento Aquático SOBRASA - Publicado on-line em <http://www.sobrasa.org>, junho 2020.

SOBRASA. **Medidas de prevenção em afogamentos**. Disponível em: <

SORDI, Victor Fraile. **O Compartilhamento De Conhecimento Como Ação Cooperativa: Um Modelo Analítico Aplicado No Agronegócio**. Biblioteca Central – UFGD. 2014.

SOUTO, Janeusa. **Uso da Ferramenta de Mídia Social Instagram Como Meio Para Contribuir na Construção do Conhecimento**. Journal of Chemical Information and Modeling. 2020.

Szpilman D. **Afogamento: perfil epidemiológico no Brasil**, ano de 2012 [Internet]. Rio de Janeiro: Sobrasa; 2012 [citado 2013 abr 12]. Disponível em: [http://www.sobrasa.org/biblioteca/obitos\\_2010/Perfil\\_afogamento\\_Brasil\\_2012.pdf](http://www.sobrasa.org/biblioteca/obitos_2010/Perfil_afogamento_Brasil_2012.pdf) > Acesso em 14 de abr. 2021

SZPILMAN, D. **Afogamento na infância: epidemiologia tratamento e prevenção**. Rev Paul Pediatr. 2005.

SZPILMAN, D. **Afogamento: perfil epidemiológico no Brasil**, ano de 2012. Rio de Janeiro: Sobrasa; 2012 [citado 2013 abr. 12]. Disponível em: [http://www.sobrasa.org/biblioteca/obitos\\_2010/Perfil\\_afogamento\\_Brasil\\_2012.pdf](http://www.sobrasa.org/biblioteca/obitos_2010/Perfil_afogamento_Brasil_2012.pdf) > Acesso em 12 de mar. 2021

SZPILMAN, David & Diretoria Sobrasa. **Sociedade Brasileira de Salvamento Aquático SOBRASA**. Junho, 2020.

SZPILMAN, David. **Curso de Emergências Aquáticas Manual resumido**. 2019 Disponível em: [http://www.sobrasa.org/new\\_sobrasa/arquivos/baixar/Manual\\_de\\_emergencias\\_aquaticas.pdf](http://www.sobrasa.org/new_sobrasa/arquivos/baixar/Manual_de_emergencias_aquaticas.pdf) Acesso em 23 de mai. 2021

THEVENIN, 2019. **Oceano Para Leigos**. Disponível em: <https://www.oceanoparaleigos.com/post/corrente-de-retorno> > Acesso: 12 de jul. de 2021.

THEVENIN, Mariana. **As correntes de retorno**. Disponível em: <https://www.oceanoparaleigos.com/post/corrente-de-retorno> > Acesso em 12 mai. 2021.

VERMELHO, Sônia Cristina. **Refletindo sobre as redes sociais digitais**. Campinas- SP, 2013.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A QUESTIONÁRIO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS  
CURSO DE FORMAÇÃO DE OFICIAIS

### **Título da Pesquisa: PREVENÇÃO DE AFOGAMENTOS NAS PRAIAS DE SÃO LUÍS: o uso do Instagram**

O presente questionário servirá como instrumento de coleta de dados para o trabalho de conclusão de curso referente ao Curso de Formação de Oficiais – Bombeiro Militar 2021.

Além disso, esse instrumento tem como objetivo avaliar os conhecimentos da comunidade de São Luís a respeito de alguns conceitos de salvamento aquático e prevenção em praias por meio da ferramenta "*Google Forms*" e fazer a verificação do alcance que ela tem em comparação com o aplicativo Instagram.

Todos os dados serão utilizados unicamente para fins de pesquisa científica. A sua privacidade será resguardada através do não fornecimento do seu nome.

Você está sendo convidado (a) para ser participante desta pesquisa. Caso se sinta esclarecido (a) sobre as informações da pesquisa e tenha interesse em participar, consinta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido a seguir:

- ( ) Aceito participar da pesquisa
- ( ) Não aceito participar da pesquisa

1) Você conhece ou já se deparou com uma situação de afogamento?

- ( ) Sim
- ( ) Não

2) Você saberia como agir ao reconhecer um afogamento na praia?

- ( ) Sim
- ( ) Não

3) Você conhece o número para acionar o Corpo de Bombeiros?

- ( ) Sim
- ( ) Não

4) Você sabe o que é uma corrente de retorno?



- Sim
- Não

5) Você sabe qual a altura máxima segura da água para o banho na praia?

- Sim
- Não

6) Você já buscou ou recebeu alguma informação de segurança contra acidentes por meio do Instagram?

- Sim
- Não

**ANEXOS**

**ANEXO A**  
**Termo de Consentimento de Pesquisa**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS  
CURSO DE FORMAÇÃO DE OFICIAIS

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

O(A) senhor(a) está sendo convidado(a) a participar como voluntário(a) do estudo intitulado PREVENÇÃO DE AFOGAMENTOS NAS PRAIAS DE SÃO LUÍS: o uso do Instagram, cujo a pesquisadora responsável é a Sra Jhenify Raquel Sousa Silva, Cadete do 3º ano do Corpo de Bombeiros do Maranhão.

Nesse contexto, o estudo se destina na analisar os conhecimentos da comunidade de São Luís a respeito de alguns conceitos de salvamento aquático e prevenção em praias. Na entrevista busca-se aplicar perguntas a quem tem mais experiência na área de salvamento aquático e da utilização do Instagram do BBMAR (bbmar\_cbmma).

A importância deste estudo está vinculada analisar como o Instagram pode ser melhor utilizado para prevenir afogamentos nas praias de São Luís.

Ademias, a participação é livre e voluntária do entrevistado no âmbito da pesquisa reside no fato de ser uma importante fonte de dados e informações na temática da pesquisa.

Além disso, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada etapa da pesquisa ao entrevistado e de como a metodologia aplicada foi desenvolvida. Outrossim, o participante poderá se recusar a continuar participando do estudo e o mesmo poderá retirar o seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer penalidade ou prejuízo.

Contato do pesquisador:

Nome: Jhenify Raquel Sousa Silva

E-mail: jhenifybm@gmail.com

Telefone: (98) 98310-6548 (Whatsapp)

Endereço: Rua 02, Quada 04, Casa 14, Bairro Novo Turu, São Luís - MA

Portanto, solicito por meio desse formulário a sua participação e colaboração, como também a autorização do seu responsável legal para sua participação e apresentar os resultados deste estudo no trabalho de monografia do Curso de Formação de Oficiais – Bombeiro Militar.



## ANEXO B

### DECLARAÇÃO DE ORIGINALIDADE

Eu, Aspirante a Oficial – BM **Jhenify** Raquel Sousa Silva declaro para todos os fins que meu trabalho de fim de curso intitulado “Prevenção de afogamentos nas praias de São Luís: o uso do Instagram.” é um documento original elaborado e produzido por mim.

#### Dados do Orientador:

Nome/Grau/Hierarquia: MAJ QOCBM José de Ribamar Mendes **Lisboa**

Filiação/Instituição: Corpo de Bombeiros Militar do Maranhão

E-mail: jr.lisboa@hotmail.com

Telefones: (98) 98125-8335

---

DISCENTE  
CPF: 605151183-03