

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS

AUREA CAROLYNE SOBRAL GERMANO
MILENA SILVA TEREZAN

GARIMPEIRA - DESENVOLVIMENTO DE PROTÓTIPO DE APLICAÇÃO MÓVEL
DE BUSCA PARA INTEGRAÇÃO COM A ECONOMIA CIRCULAR LOCAL E O
COMÉRCIO SUSTENTÁVEL DE BRECHÓ E BAZARES EM CAMPINAS

CAMPINAS

2023

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
ESCOLA DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
FACULDADE DE JORNALISMO E MÍDIAS DIGITAIS
BACHARELADO EM MÍDIAS DIGITAIS

AUREA CAROLYNE SOBRAL GERMANO
MILENA SILVA TEREZAN

GARIMPEIRA - DESENVOLVIMENTO DE PROTÓTIPO DE APLICAÇÃO MÓVEL
DE BUSCA PARA INTEGRAÇÃO COM A ECONOMIA CIRCULAR LOCAL E O
COMÉRCIO SUSTENTÁVEL DE BRECHÓ E BAZARES EM CAMPINAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Jornalismo e Mídias Digitais da
Escola de Linguagem e Comunicação da Pontifícia
Universidade Católica de Campinas, como
exigência para obtenção do grau de Bacharel em
Mídias Digitais.

Orientadores:

Conteúdo – Prof. Dr. Juliana Sangion

Estratégias – Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva

Plataformas – Prof. Dr. Adauto Marin Molck

Texto – Prof. Dr. João Paulo L. de M. Hergesel

CAMPINAS

2023

Ficha catalográfica elaborada por Fabiana A Bracchi CRB 8/10221
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

001.642 Terezan, Milena Silva
T272g

Garimpeira - desenvolvimento de protótipo de aplicação móvel de busca para integração com a economia circular local e o comércio sustentável de brechó e bazares em Campinas / Milena Silva Terezan, Aurea Carolyne Sobral Germano. - Campinas: PUC-Campinas, 2023.

83 f.: il.

Orientador: Juliana Sangion .

TCC (Bacharelado em Mídias Digitais) - Faculdade de Mídias Digitais, Escola de Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2023.

Inclui bibliografia.

1. Aplicativos móveis. 2. Sustentabilidade. 3. Moda. I. Germano, Aurea Carolyne Sobral. II. Sangion , Juliana. III. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Escola de Linguagem e Comunicação. Faculdade de Mídias Digitais. IV. Título.

23. ed. CDD 001.642

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
ESCOLA DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
FACULDADE DE JORNALISMO E MÍDIAS DIGITAIS
BACHARELADO EM MÍDIAS DIGITAIS

AUREA CAROLYNE SOBRAL GERMANO
MILENA SILVA TEREZAN

GARIMPEIRA - DESENVOLVIMENTO DE PROTÓTIPO DE APLICAÇÃO MÓVEL
DE BUSCA PARA INTEGRAÇÃO COM A ECONOMIA CIRCULAR LOCAL E O
COMÉRCIO SUSTENTÁVEL DE BRECHÓ E BAZARES EM CAMPINAS

Relatório final defendido e aprovado em 05
de dezembro de 2023 pela comissão
examinadora:

Prof.^a Dr.^a Amanda Maria Artoli Pezzo
Pontifícia Universidade Católica de
Campinas

Prof. Dr. Artur Vasconcellos Araujo
Pontifícia Universidade Católica de
Campinas

Prof.^a Dr.^a Juliana Sangion
Pontifícia Universidade Católica de
Campinas

CAMPINAS
2023

Esse trabalho é dedicado à nossa família.

AGRADECIMENTOS

Ao curso de Mídias Digitais da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, e a cada membro do corpo docente Doutores Adauto Marin Molck, João Paulo Lopes de Meira Hergesel, Juliana Sangion e Marcelo Pereira da Silva que tornaram esta jornada acadêmica em um processo de aprendizado intenso. Reconhecemos a valiosa contribuição de todos os envolvidos, desde os professores que compartilharam seu conhecimento e paixão, até os profissionais dos departamentos do curso que colaboraram com essa experiência com profissionalismo.

À comunidade acadêmica, que se tornou uma fonte constante de inspiração, agradeço por fazerem parte desta jornada. Este trabalho é um reflexo do ambiente colaborativo que caracteriza o curso.

"A única maneira de lidar com este mundo injusto é tornar-se tão absolutamente fantástica que aqueles ao seu redor não tenham escolha a não ser se ajustar à sua inteligência, sua criatividade e sua bondade."

Zora Neale Hurston.

(1891- 1960)

RESUMO

Como requisito obrigatório para conclusão da graduação em Mídias Digitais, este trabalho tem por objetivo a criação e desenvolvimento do projeto experimental intitulado Garimpeira. Para isso, pensou-se em uma iniciativa digital, materializada por meio de um aplicativo com o propósito de mapear brechós e bazares na cidade de Campinas/SP. Tendo como objetivo central o impulsionamento de práticas sustentáveis, além de fomentar a Economia Circular e simplificar o acesso do público a esses estabelecimentos. Ainda, com a utilização de uma plataforma específica, pretende-se não somente informar sobre a localização de bazares e brechós próximos, mas, também, proporcionar conteúdo sobre consumo responsável e temáticas relacionadas, possibilitando ao projeto Garimpeira a incorporação de diversas ferramentas de usabilidade, garantindo uma experiência intuitiva e de fácil utilização para os usuários. Por fim, para otimizar a divulgação, o projeto produz estratégias de comunicação, divulgação e relacionamento nas redes sociais, incluindo TikTok (@garimpeira.app) e Instagram (@garimpeira.app).

Palavras-chave: Aplicativo; Bazar; Brechó; Sustentabilidade; Moda Circular

ABSTRACT

As a mandatory requirement for the completion of the Digital Media undergraduate program, this project aims at the creation and development of the experimental project entitled Garimpeira. To achieve this, a digital initiative has been envisioned, materialized through an application with the purpose of mapping thrift stores and markets in the Campinas/SP region. The central goal is to promote sustainable practices, stimulate the circular economy, and simplify public access to these establishments. Additionally, by utilizing a specific platform, the intention is not only to provide information about the location of nearby markets and thrift stores but also to offer content on responsible consumption and related topics. This allows the Garimpeira project to incorporate various usability tools, ensuring an intuitive and user-friendly experience. In order to optimize visibility, the project develops communication, promotion, and relationship strategies on social media platforms, including TikTok (@garimpeira.app) and Instagram (@garimpeira.app).

Keywords: Application; Bazaar; Thrift Store; Sustainability; Circular Fashion

LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1 (Motores de Busca mais usados em junho 2023)	19
Figura 2 (tabela de Gastos)	42

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	CAPÍTULO DE DESENVOLVIMENTO	16
2.1	PLATAFORMA	16
2.2	FIGMA	19
2.3	ADOBE XD	19
2.4	GOOD BARBER	19
2.5	PLATAFORMA ESCOLHIDA PARA O TRABALHO	20
2.6	COMO USAR A PLATAFORMA	24
2.7	CONTEÚDO	24
2.8	ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E DIVULGAÇÃO	27
2.9	A DEFINIÇÃO DO ARQUÉTIPO DA MARCA GARIMPEIRA	29
2.10	CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL	30
2.11	ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO E RELACIONAMENTO	31
2.12	ANÁLISE DE RESULTADOS	33
3	CAPÍTULO 3	35
3.1	PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO	35
3.2	EDIÇÃO	37
3.3	CUSTOS/GASTOS	39
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
	REFERÊNCIAS.....	42
	APÊNDICE A – MANUAL DA MARCA	44
	APÊNDICE B – PLANILHA DE MAPEAMENTO	52
	APÊNDICE C – FORMULÁRIO DE PESQUISA QUALITATIVA.....	53
	APÊNDICE D – FORMULÁRIO DE PESQUISA DE PÚBLICO.....	58
	APÊNDICE E – PROTÓTIPO DE BAIXA FIDELIDADE	67
	APÊNDICE F – PROTÓTIPO DE BAIXA FIDELIDADE	68
	APÊNDICE G – CRONOGRAMA DE POSTAGENS, COPYS E ARTES VISUAIS..	70

APÊNDICE H – ROTEIRO DO MATERIAL DE AUDIOVISUAL.....	75
APÊNDICE I – PROTÓTIPO FINAL	77
APÊNDICE J – MENSAGEM DO INSTAGRAM 01	79
APÊNDICE K – MENSAGEM DO INSTAGRAM 02	80
APÊNDICE J – INSIGHT VIA META BUSINESS SUITE (ALCANCE EM 22/11/2023)	81
APÊNDICE K – INSIGHT VIA META BUSINESS SUITE (VISITAS EM 22/11/2023)	82

1 INTRODUÇÃO

O projeto experimental Garimpeira representa-se como uma iniciativa digital, configurada através de um aplicativo que visa mapear os brechós e bazares na região de Campinas/SP. Sua principal finalidade é fomentar as práticas sustentáveis, promover a Economia Circular e facilitar o acesso do público a esses estabelecimentos. A plataforma¹, tem como propósito informar sobre os bazares e brechós próximos, oferecendo conteúdo sobre consumo responsável e temas relacionados, além de incorporar diversas ferramentas de usabilidade, tornando-a intuitiva e de fácil utilização. Para a divulgação, o projeto mantém presença nas redes sociais, incluindo TikTok² e Instagram³.

O projeto foi concebido como um veículo de conscientização, direcionado ao público jovem e adulto, sobre a importância do consumo sustentável como impulsionador da Economia Circular nesse setor específico. E a modalidade se enquadra na Comunicação Digital, por meio de soluções autônomas com aplicação digital, aqui compreendida em aplicativos com impacto para a sociedade civil, ferramentas da Internet como mídias digitais e conteúdos audiovisuais.

O nome Garimpeira foi escolhido devido à sua relação direta com o ato de "garimpar", refletindo a prática de visitar regularmente esses estabelecimentos em busca de peças que expressem a identidade do consumidor. Durante essas incursões, as araras dos brechós se transformam em campos de busca minuciosa, cada peça sendo apreciada individualmente. A decisão de compra é precedida pela avaliação do que o consumidor já possui, sendo a probabilidade de aquisição consideravelmente ampliada se a peça em questão puder ser imaginada, harmonizando-se com outras adquiridas anteriormente. Essa escolha do nome reflete a prática presente na rotina daqueles que consomem nesses estabelecimentos, sendo um elo simbólico entre a proposta do aplicativo e o processo real de garimpo.

O embasamento para o desenvolvimento desta aplicação origina da reflexão acerca do impacto ambiental, compreendendo fatores como a emissão de carbono, a geração de resíduos e a degradação dos ecossistemas. Esse entendimento impulsiona a sociedade a buscar coletivamente meios de reduzir tais impactos e

¹ <https://garimpeira.goodbarber.app/>

² <https://www.tiktok.com/@garimpeira.app/>

³ <https://www.instagram.com/garimpeira.app/>

promover a sustentabilidade. Nesse contexto, destaca-se a Economia Circular como uma tendência no panorama do conceito econômico sustentável. Inspirando nos ciclos naturais, a Economia Circular adota princípios fundamentais, tais como reutilização, reciclagem, remanufatura e valorização de resíduos como recursos, objetivando o fechamento dos ciclos de materiais e a promoção da sustentabilidade em toda a cadeia produtiva.

Desta forma, a citação da Ellen MacArthur Foundation (2017), ressalta a essência da Economia Circular, definindo-a como "restaurativa e regenerativa por princípio" (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017, p. 2).

Paralelamente, diversas marcas de moda aderem à *fast fashion*, que é caracterizada pela produção em massa de roupas efêmeras seguindo tendências da moda. Muitas dessas marcas desconsideram a consciência ambiental ao descartar resíduos inadequadamente. As peças produzidas pela indústria *fast fashion* costumam ser de baixa qualidade e, frequentemente, são fabricadas em condições precárias, incluindo o uso de trabalho escravo. Isso resulta em um grande volume de descarte de roupas, muitas vezes ainda em boas condições, apenas por estarem fora de moda ou terem baixa durabilidade.⁴

Cada vez mais, os compradores contemporâneos têm se mostrado atentos à problemática ambiental e, em decorrência disso, o cuidado com a sustentabilidade se tornou um critério imprescindível para suas aquisições. A pandemia da Covid-19 foi determinante para essa mudança de perspectiva, visto que transformou completamente o relacionamento da sociedade com o meio ambiente e motivou uma reavaliação dos hábitos e atitudes de consumo.⁵

Nos últimos anos, houve uma ascensão significativa na procura voltada ao comércio de *Second Hand*, que por muito tempo era visto com certo preconceito. Segundo um levantamento do Sebrae⁶, com base em dados da Receita Federal, a abertura de estabelecimentos que comercializam produtos de segunda mão teve um crescimento de 48,58%, entre os primeiros semestres de 2020 e 2021. De acordo com

⁴ Disponível em: <https://exame.com/negocios/fast-fashion-moda-ameacar-meio-ambiente/>. Acesso em 20/11/2023

⁵ Disponível em: <https://newtrade.com.br/varejo/comercio-de-produtos-usados-cresce-485-na-pandemia-mostra-sebrae/>. Acesso em 18/11/2023

⁶ Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/saiba-quais-sao-as-melhores-praticas-para-o-comercio-de-brecho_01e44f9e53bd7710VqnVCM100000d701210aRCRD

as observações de Salvalaio e Ashton (2017), essa ocorrência está ligada aos ganhos financeiros proporcionados pelos brechós, à procura por itens de moda exclusivos e à potencial adoção de práticas de consumo consciente (Salvalaio; Ashton, 2017, p.5).

Além disso, no sistema das *fast fashions*, para uma produção ocorrer de maneira tão rápida, existem fatores que são abandonados, um deles é a qualidade das peças. Com a utilização de materiais baratos na confecção, as roupas têm uma vida útil menor, o que resulta num aumento de descarte (SILVA; ANDRADE, 2018).

Em contraposição a esse modelo, surge o chamado *slow fashion*, que segundo Santos (2017, p. 2), é "nova forma de consumir moda que unifica princípios éticos, conscientes e de sustentabilidade no enfrentamento ao trabalho escravo." Ao considerar a relevância do *slow fashion* como resposta aos desafios do consumo exacerbado e impactos negativos da indústria da moda, o aplicativo se insere em um movimento mais amplo de promoção de práticas sustentáveis, conectando os usuários não apenas a oportunidades de compra, mas, também, a um estilo de vida mais consciente e alinhado com os princípios do desenvolvimento sustentável.

O *slow fashion*, conforme Fletcher e Grose (2011), é mais do que somente uma oposição ao *fast fashion*. Esse é um movimento que tem como intuito diminuir o ritmo da produção e o número de peças ofertadas, focando na qualidade do produto. Além disso, o *slow fashion* estimula a sustentabilidade e o interesse do consumidor final em todo o processo de desenvolvimento. Esse movimento quer deixar o comprador a par de tudo que envolve a elaboração e produção de roupas, desde os recursos naturais usados até a mão de obra empregada, levando-o ao entendimento do processo e dos danos que causa ao ecossistema (RAMM; MORAIS, 2021, p. 94).

Ademais, com o surgimento da crise econômica e a crescente busca por estilos de vida mais sustentáveis, os consumidores passaram a valorizar marcas e empresas engajadas em práticas sustentáveis, impulsionando, assim, o mercado de segunda mão.

Diante desse cenário, a ascensão de brechós, bazares e o crescente interesse por práticas sustentáveis refletem uma mudança de paradigma em direção ao *slow fashion* e à Economia Circular. Essa transformação representa a base fundamental para a concepção do aplicativo Garimpeira, que se torna uma resposta ao atual movimento de consumo. Este contexto se revela propício para o desenvolvimento do Garimpeira como uma plataforma de busca eficiente, além de ser uma iniciativa comprometida com a restauração e regeneração dos ciclos econômicos.

Dessa forma, o Garimpeira não apenas se configura como uma ferramenta facilitadora para os consumidores em busca de estabelecimentos de segunda mão, mas também como uma contribuição para a adoção de práticas mais conscientes e sustentáveis na sociedade. Essa influência se destaca, especialmente, entre os consumidores dedicados a essas causas, que encontram na aquisição de produtos desses estabelecimentos uma maneira tangível de apoiar e fortalecer tais valores.

O objeto central deste trabalho foi a concepção de um protótipo de aplicativo voltado para o mapeamento de brechós e bazares em Campinas. Por meio da plataforma GoodBarber, foi possível criar uma ferramenta de fácil utilização, direcionada tanto aos proprietários de brechós quanto aos interessados em garimpar itens exclusivos e de segunda mão a partir dos princípios de reutilização e sustentabilidade.

O método adotado enfatiza a importância da estratégia *mobile first*, com foco na usabilidade em dispositivos móveis. A ferramenta desenvolvida oferece recursos, como mapa, busca por localização e proximidade, informações dos estabelecimentos, campo para favoritar e sugerir estabelecimentos e consultar artigos sobre a temática. Essas funcionalidades visam a aprimorar a experiência dos usuários de busca de forma simplificada, orgânica e direta.

2 CAPÍTULO DE DESENVOLVIMENTO

Neste capítulo, será descrito todo o processo de desenvolvimento dos três principais eixos deste Projeto Experimental, sendo eles: Plataforma, Conteúdo e Estratégias de Comunicação.

2.1 PLATAFORMA

A compreensão do termo plataforma ultrapassa os limites do ambiente digital, estendendo-se ao âmbito tecnológico, organizacional e outras esferas. Neste capítulo, exploramos essa concepção, destacando suas definições e o papel fundamental que desempenha na facilitação da interação e conexão em diversos contextos.

2.1.1 O QUE É UMA PLATAFORMA

As plataformas, no contexto organizacional, desempenham um papel essencial ao facilitar a colaboração e comunicação entre diferentes grupos ou partes interessadas (OLIVEIRA, 2020, p. 5). Essa concepção se expande para o ambiente digital, onde as plataformas digitais são vistas como infraestruturas que viabilizam a interação entre grupos diversos (SNIRCEK, 2017, p. 25). Segundo Túlio Chiarini (2023, p. 7), essas plataformas são redes orquestradas por um controlador, seja uma empresa, o Estado ou a comunidade acadêmica.

Cohen (2019) complementa essa visão, ressaltando que as plataformas digitais são redes gerenciadas centralmente, desempenhando um papel crucial na rede e influenciando sua evolução ao longo do tempo. O termo "sociedade de plataformas" emerge duas décadas após a noção de "sociedade em rede" nas décadas de 1990 (DIJCK; POELL; WALL, 2018 apud KEGLER; LUZ; POZOBON, 2021 p. 02).

Ao analisar as lógicas das mídias sociais, Van Dijck (2018, 2019), identifica quatro características distintas: programabilidade, popularidade, conectividade e datificação. Essas características desdobram-se na compreensão de que uma plataforma on-line é uma arquitetura destinada a orquestrar interações entre usuários, entidades corporativas e órgãos públicos (DIJCK, 2018/2019 apud KEGLER; LUZ;

POZOBON, 2021 p. 04). Essas interconexões abrangem dimensões materiais, culturais e econômicas, definindo uma plataforma como alimentada por dados, automatizada por algoritmos e interfaces, formalizada por relações de propriedade e regida por acordos de usuários (KEGLER; LUZ; POZOBON, 2021 p. 09).

Dessa forma, uma plataforma é percebida como uma infraestrutura tecnológica que facilita a interação entre usuários, aplicativos ou serviços, adaptando-se conforme o contexto em que o termo é empregado. Além disso, a análise das plataformas digitais ultrapassa sua definição literal, englobando aspectos humanos e econômicos, à medida que as sociedades reorganizam atividades, gerando novas formas de interação social, produção e consumo cultural.

2.1.2 O QUE É UMA PLATAFORMA DE BUSCA

Nas últimas três décadas, o avanço das tecnologias da informação tem revolucionado a comunicação global, impulsionado pela ascensão da Internet, que se tornou uma revolução tecnológica de proporções gigantescas. A Internet é um dos fenômenos de comunicação mais marcantes da história, superando a velocidade de difusão de meios como rádio e televisão.⁷

Dada a enorme quantidade de usuários e dados em constante crescimento na Internet, é essencial aplicar técnicas eficientes para organizar as informações, com ênfase na seleção, processamento e disseminação. A localização de informações online nem sempre é simples para os usuários, levando muitos a utilizar mecanismos de busca especializados. De acordo com Moraes e Ambrósio (2007, p.3), os mecanismos de busca consistem em um sistema organizado composto por robôs que exploram a internet em busca de páginas, índices e bancos de dados para catalogar e armazenar as páginas encontradas. Esses mecanismos também incluem algoritmos para processar e recuperar informações das páginas. Sua principal função é permitir que os usuários realizem pesquisas na internet, predominantemente por meio de palavras-chave. Quando um usuário conduz uma busca, o mecanismo de busca examina seu banco de dados em busca do termo relevante e apresenta os resultados dessa pesquisa ao usuário.

⁷ Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cts/pt/central-de-conteudo/artigos/artigos/107-as-tecnologias-da-informacao-podem-revolucionar-o-cuidado-com-a-saude> . Acesso em: 18/11/2023

No Brasil, em pesquisa conduzida pela Similar Web em junho de 2023, os três motores de busca mais populares foram identificados como Google, que deteve uma expressiva participação de 90,68%, seguido pelo Bing, com 3,23%, e o Yahoo, com 3,17%.⁸

Figura 1: Motores de Busca mais usados em junho 2023.



Fonte: <https://www.similarweb.com/pt/engines/>.

Esses dados resultam de análises de fontes primárias, incluindo valores agregados e dados anônimos de mais de 500 bilhões de visualizações de páginas, proporcionando uma estimativa da participação de mercado em diversos sites.

2.1.3 AS TRÊS PRINCIPAIS PLATAFORMAS EXISTENTES

Quando se trata de prototipagem, existem três plataformas disponíveis, adequadas ao nível de experiência do usuário. Levando em consideração a premissa de que o usuário pode variar de especialista a iniciante, são citadas as três plataformas existentes mais adequadas para esse tipo de trabalho, hierarquizadas de acordo com o grau de especialização e compreensão: Figma, Adobe XD e Good Barber.

⁸ Disponível em: <https://www.similarweb.com/pt/engines/>. Acesso em: 18/11/2023.

2.2 FIGMA

De acordo Juliane Batista (2021), em artigo disponível na plataforma EduCapes, mantida pelo Governo Federal, o Figma "representa uma plataforma de edição gráfica vetorial e prototipagem". A autora continua:

Sua principal infraestrutura é baseada em navegadores web, e apresenta ferramentas offline que podem ser instaladas nos sistemas operacionais GNU/Linux, macOS e Windows. Amplamente empregado na concepção de interfaces gráficas, o Figma destaca-se na compreensão da interação do usuário com mídias digitais, como sites e aplicativos, abrangendo aspectos de UI/UX (experiência da interface com o usuário). Uma característica distintiva é a capacidade de colaboração, permitindo o desenvolvimento simultâneo e remoto de protótipos envolvendo a interação de múltiplos usuários (BATISTA, 2021, p. 2)

2.3 ADOBE XD

De acordo com os desenvolvedores, o Adobe XD é um software que foi concebido como um editor de gráficos vetoriais que permite o design e prototipagem de páginas web ou aplicativos. Seu propósito fundamental é otimizar e testar a experiência do usuário em cada interface, oferecendo a capacidade de aprimorar a usabilidade antes de proceder para a etapa de programação. A plataforma é capaz de esboçar modelos de alta fidelidade ou *wireframes* para qualquer tela e interagir com os colaboradores em tempo real, criar modelos interativos de projetos e disponibilizar todas as ferramentas para profissionais de UX e UI.⁹

2.4 GOOD BARBER

Conforme os seus criadores, o Good Barber é "a primeira construtora de apps regida por um Design System, no-code e oferece aos seus usuários a melhor experiência em dispositivos móveis, como os profissionais. Seu app iOS e seu app Android seguirão nativamente as melhores práticas em UI e UX ".¹⁰

⁹ Disponível em: <https://blog.adobe.com/br/publish/2021/10/20/o-que-e-o-adobe-xd-e-para-que-serve-um-designer-de-ux-ui> . Acesso em: 18/11/2023

¹⁰ Disponível em: <https://pt.goodbarber.com/>) Acesso em: 18/11/2023

2.5 PLATAFORMA ESCOLHIDA PARA O TRABALHO

A flexibilidade ao desenvolvimento no-code possibilita a criação de diversos elementos, desde modelos de dados e lógica de negócios até fluxos de trabalho e interfaces do usuário. É fundamental reconhecer, no entanto, que o termo "no-code", apesar de sugerir a ausência de código, refere-se à inexistência de código visível para o usuário da plataforma. Conforme esclarecido pela Gartner, em uma nota de pesquisa datada de fevereiro de 2022, há sempre a presença de código e software operando em algum local, mesmo que permaneça não visível.¹¹

Outro conceito relevante a ser ponderado é que o termo no-code não implica necessariamente a ausência total de habilidades técnicas. As ferramentas rotuladas como no-code têm como objetivo fornecer todos os elementos necessários para os usuários, geralmente em uma base de lançamento contínuo.

Diante disso, o Good Barber emerge como a plataforma escolhida para a elaboração do protótipo do aplicativo Garimpeira, uma vez que apresenta uma gama completa de recursos de design e a vantagem de ser uma plataforma "no code". Vale destacar que o aplicativo é disponibilizado de forma gratuita e adota uma abordagem simplificada, tornando especialmente acessível para aqueles que não possuem especialização técnica em UX e UI.

Além disso, optou-se por utilizar a tecnologia Progressive Web Apps (PWA), presente na Good Barber, uma combinação eficaz de tecnologias web e nativas. O PWA oferece uma experiência de usuário semelhante a aplicativos nativos, permitindo a instalação na tela inicial do dispositivo sem a necessidade de passar pelo processo de publicação nas lojas de aplicativos, sendo ideal para o intuito desse projeto.

Objetivamente, assim como o WordPress para sites, o App Builder permite criar o aplicativo sem a necessidade de codificação, resultando em economia de tempo e dinheiro, sem comprometer a qualidade final do aplicativo.

2.5.1 AS 3 PLATAFORMAS JÁ EXISTENTES SOBRE O ASSUNTO

Não foram identificados concorrentes diretos para esta proposta de projeto. Contudo, por meio de uma pesquisa de mercado, identificou possíveis referências e

¹¹ Disponível em: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2021-02-15-gartner-forecasts-worldwid-e-low-code-development-technologies-market-to-grow-23-percent-in-2021>. Acesso em: 18/11/2023

empresas que serviram como base para a coleta de informações sobre o contexto em que o aplicativo de guia de brechós pretende atuar, essa pesquisa está detalhada no item 2.3.2 BENCHMARKING.

2.5.2 EM QUÊ A NOSSA PLATAFORMA SE DIFERE DAS OUTRAS

Embora existam empresas que servem como referência no segmento de brechós e bazares, o Garimpeira é único em sua proposta de mapeamento desses estabelecimentos. Não se limitando a ser apenas um facilitador na busca por brechós e bazares, o Garimpeira se destaca pelo seu propósito de potencializar práticas sustentáveis e contribuir para a disseminação da Economia Circular local.

Ao se tornar o único aplicativo com essa abordagem específica, a proposta alinha-se com a crescente conscientização ambiental da sociedade. À medida que a preocupação com os impactos das ações e escolhas de consumo no meio ambiente aumenta, o Garimpeira surge como uma resposta, proporcionando uma solução que vai além da simples localização de brechós, seu diferencial reside em ser único e comprometido com a promoção de práticas sustentáveis.

2.5.3 COMO FOI O DESENVOLVIMENTO DA PLATAFORMA

A metodologia adotada para conduzir este projeto compreendeu inicialmente uma revisão bibliográfica sobre as linguagens e tecnologias pertinentes ao desenvolvimento da pesquisa. Destaca-se a importância crucial dessa etapa, corroborada pela perspectiva de Silva e Menezes (2001), que afirmam que:

A revisão de literatura é fundamental, porque fornecerá elementos para evitar a duplicação de pesquisas sobre o mesmo enfoque do tema, e favorece a definição de contornos mais precisos do problema a ser estudado (SILVA; MENEZES, 2001 apud ROSÁRIO, 2015, p. 29).

Esse enfoque foi escolhido considerando a natureza do estudo, uma vez que, segundo Silva e Mendes (2001), citados por Rosário (2015), a pesquisa aplicada

"objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos". Paralelamente, a pesquisa adotada, visa "proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses, envolve levantamento bibliográfico." (SILVA; MENEZES, 2001 apud ROSÁRIO, 2015, p. 29).

Diante dessa premissa, foram revisadas a pesquisa e as plataformas disponíveis para o desenvolvimento do aplicativo Garimpeira, e a GoodBarber foi selecionada devido às suas robustas funcionalidades e à facilidade e objetividade proporcionadas por essa plataforma que se torna cada vez mais popular.

Uma pesquisa conduzida em janeiro de 2022 pela IDC (*International Data Corporation*), uma subsidiária da *International Data Group* (IDG), revelou que 48,6% das 380 empresas entrevistadas estão adquirindo plataformas low-code ou no-code para impulsionar a inovação interna (SANTOS, 2022, p. 14).

Conforme destacado no relatório vinculado à pesquisa da IDC, as organizações reconheceram o valor das plataformas low-code e no-code para acelerar a implementação de suas transformações digitais, tornando-se mais competitivas diante de concorrentes que se ajustaram às novas demandas, como o exemplo das lojas virtuais (SANTOS, 2022, p. 14).

Ao mapear brechós e bazares, as informações foram extraídas para alimentar o mapa, incluindo endereços, números de telefone, horários de funcionamento e outras formas de contato disponíveis. Essa abordagem garantiu que o mapa, com extensão para o Google Maps e sistema de geolocalização, se tornasse uma ferramenta útil aos usuários, permitindo compreender facilmente a distância entre sua localização e os estabelecimentos.

A criação do aplicativo foi estruturada em seis seções distintas, cada uma delas alinhada com o manual de identidade. As seções de Cores e Fontes, Estilo de Elementos, Ícone, Tela de Lançamento e Fundo foram projetadas para refletir a identidade visual estabelecida. A Estrutura, por sua vez, foi concebida com base em uma pesquisa realizada com o público-alvo, testada para otimizar o fluxo de direcionamento de páginas e proporcionar uma experiência de usuário fluida.

Este processo, ancorado na integração eficiente de elementos visuais e funcionalidades, culminou no Garimpeira que atende tanto às expectativas estilísticas quanto às necessidades práticas de seus usuários.

2.5.4 DESCRIÇÃO DA PLATAFORMA (ÍNDICE DE CARACTERÍSTICAS)

Ao longo deste índice de características, será possível compreender a amplitude das funcionalidades oferecidas pela plataforma, que vão desde a criação de aplicativos de conteúdo, passando por aplicativos de eCommerce, e outros.¹²

A funcionalidade de aplicativos nativos em Objective-C para iOS e Java para Android garante a melhor experiência do usuário em cada plataforma. Além disso, a oferta de Progressive Web Apps em Angular 8.0 expande a funcionalidade para proporcionar uma experiência avançada em várias plataformas. A facilidade de uso do back office único da Good Barber, combinada com a loja Extensions, que oferece mais de 160 funcionalidades avançadas, proporciona uma personalização extensa e intuitiva.

A ênfase na propriedade intelectual destaca que os usuários são os únicos donos do conteúdo criado, sem anúncios intrusivos. A gestão eficiente de usuários, tanto manualmente quanto por meio de importação e exportação, é simplificada por meio de uma interface dedicada.

E para facilitar o desenvolvimento, a plataforma permite a criação de plugins, proporcionando uma flexibilidade na expansão das funcionalidades dos aplicativos. A presença em canais de venda nativos e Progressive Web Apps, junto com a expansão para Google Shopping e Facebook Marketplace, amplia as oportunidades de alcance e venda.

Além disso, a plataforma também oferece recursos de edição e personalização para detalhes do cliente, com a capacidade de adicionar notas e visualizar estatísticas importantes.

A plataforma oferece recursos completos e acessíveis, especialmente na versão paga, mesmo para desenvolvedores sem conhecimento prévio. No entanto, aqueles familiarizados com programação e engenharia de software podem aproveitar ainda mais os recursos da plataforma, acelerando o processo de desenvolvimento e otimizando a experiência geral

¹²

Disponível em: <https://pt.goodbarber.com/feature-index/#:~:text=GoodBarber%20%C3%A9%20uma%20tecnologia%20que,ser%C3%A1%20o%20propriet%C3%A1rio%20deste%20conte%C3%BAdo>. Acesso em: 19/11/2023

2.6 COMO USAR A PLATAFORMA

O período dedicado à exploração da plataforma Good Barber e à implementação das funcionalidades, incluindo a análise de custos e identificação de oportunidades de aprimoramento futuro, foi de aproximadamente três semanas, com uma média de duas horas de trabalho diárias. Durante esse intervalo, a plataforma foi explorada, considerando a perspectiva de um usuário sem conhecimento prévio, e o progresso visava a criação de um protótipo funcional do aplicativo Garimpeira.

No que diz respeito ao desenvolvimento específico na plataforma Good Barber, constatou-se sua intuição e facilidade de uso. A plataforma oferece uma variedade de *templates* para iniciar o desenvolvimento, tornando o processo inicial mais eficiente. Ao criar uma nova tela e selecionar os componentes desejados, a navegação entre as opções disponíveis proporcionou flexibilidade e adaptabilidade. Por exemplo, ao configurar um mapa, as opções incluíam a escolha da coleção de dados para armazenar as informações inseridas em cada ponto. Da mesma forma, ao utilizar um formulário, era possível personalizar várias características desse componente.

Ao concluir este estudo e todo o desenvolvimento utilizando a metodologia no-code, foi finalizado um protótipo funcional, acessível por meio do link: <https://garimpeira.goodbarber.app/>. É fundamental destacar que, devido à natureza de um processo de prototipagem de baixo custo, não está previsto um lançamento formal. Portanto, o acesso ao link pode estar sujeito a restrições.

2.7 CONTEÚDO

Conforme destacado por Estevão (2020), atualmente, os brechós têm despertado a atenção das gerações mais jovens pertencentes a estratos sociais mais elevados e culturalmente engajadas. Essas pessoas têm uma perspectiva orientada para temas relacionados à indústria da moda e veem na cultura da reutilização uma forma de expressão.¹³

Assim, a imagem do brechó se transformou de um lugar de última opção para um lugar de moda e estilo. As pessoas agora frequentam os brechós em busca de roupas únicas, e muitas vezes encontram peças de alta qualidade que jamais encontrariam em lojas de departamento ou nas lojas convencionais.

Ao explorar o aplicativo Garimpeira, os usuários são imersos nessa narrativa que ressignifica esse universo de possibilidades. A plataforma oferece o mapeamento, proporcionando informações sobre cada estabelecimento. A busca é simplificada, permitindo que os consumidores encontrem locais de maneira rápida e intuitiva.

Contudo, o Garimpeira busca ir além de ser apenas uma ferramenta de localização e se transforma em um *hub* de conscientização e engajamento, impulsionando os usuários a incorporarem práticas mais sustentáveis em seu dia a dia. Essa abordagem incorpora temas de sustentabilidade e Economia Circular, proporcionando um ambiente educativo. Artigos informativos são disponibilizados, orientando os usuários sobre a importância do consumo consciente, a reutilização de produtos e a contribuição para a redução do impacto ambiental e outros assuntos sobre a temática, conforme mostram os apêndices deste relatório.

2.7.1 ESTRATÉGIA DE MAPEAMENTO

O mapeamento inicial desse projeto se deu através de uma pesquisa on-line aprofundada, através de redes sociais e sites especializados. Além disso, também foi usado como base o conhecimento pessoal prévio de estabelecimentos na cidade de Campinas, junto com a colaboração da comunidade através de formulários divulgados em grupos e redes sociais, e parcerias com os próprios Bazares e Brechós locais.

A partir das informações obtidas, foi possível estruturar uma planilha que serviu como banco de informações para a alimentação do protótipo, informações que estão detalhadas estão no Apêndice B.

Levando em consideração o processo de manutenção e atualização dessas informações para o aplicativo, foi considerado adotar abordagens que incluam estratégias físicas, on-line e considerações para futuros investimentos em tecnologias inovadoras.

A capacidade de manter o aplicativo sempre atualizado é vital para garantir que os usuários confiem na plataforma como uma fonte confiável. Com base nisso,

algumas estratégias de mapeamento foram consideradas para a realização de atualizações.

Foram adotadas as funcionalidades de *crowdsourcing* no aplicativo, onde os usuários podem contribuir ativamente com as informações e atualizações, relatando possíveis mudanças, novos estabelecimentos ou informações desatualizadas. Esse mecanismo será importante, para que haja atualizações periódicas do banco de dados do aplicativo, que possam incluir novas informações e remover locais desativados, além de manter uma comunicação regular com os Bazares e Brechós parceiros, a fim de informar sobre a importância da atualização de suas informações dentro do aplicativo.

2.7.2 FLUXO DO APLICATIVO

O Garimpeira adota um fluxo efetivo baseado na estrutura de árvore, implicando em uma experiência de usuário intuitiva. No menu lateral (*Little Swipe*) acessado por um discreto gesto na tela, os usuários podem explorar as funcionalidades do aplicativo. O cabeçalho desempenha um papel central, fornecendo informações de identidade e permitindo um acesso rápido a diferentes seções.

Na página inicial, destaca-se a seção apresentada por meio de artigos informativos que conectam emocionalmente os usuários à proposta e valores do Garimpeira. O recurso "Mapa de Brechós e Bazares" utiliza a geolocalização para exibir estabelecimentos próximos, promovendo a exploração local em lista e por proximidade. A lista de favoritos possibilita a personalização das escolhas dos usuários, enquanto a lista de sugestões oferece recomendações personalizadas.

A seção "Artigos" explora os conteúdos informativos sobre moda sustentável, sustentabilidade, Economia Circular e assuntos sobre as temáticas. No rodapé, são disponibilizadas informações de contato e links para redes sociais, facilitando o engajamento. O aplicativo também conta com uma seção de configurações, permitindo aos usuários personalizar suas preferências de unidade de medidas de distanciamento (milhas ou km).

O fluxo e a estrutura completa final estão descritos no apêndice I.

2.8 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E DIVULGAÇÃO

2.8.1 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Para a definição de público-alvo foram desenvolvidas duas pesquisas de mercado a fim de entender o cenário e nicho em que este projeto se insere. O primeiro questionário aplicado foi uma pesquisa qualitativa, com o objetivo de entender comportamentos e necessidades no consumo ligado ao mercado de segunda mão. Os resultados dessa pesquisa estão anexados no Apêndice C. Com base nos resultados foi possível comprovar a dificuldade de encontrar bazares e brechós físicos, além de entender quais possíveis funcionalidades uma proposta de aplicativo como o Garimpeira poderia ter para facilitar essa dor.

A segunda pesquisa aplicada foi divulgada em grupos da faculdade PUC-Campinas, contas pessoais e comunidades de Facebook voltadas à compra e venda de peças de segunda mão. Objetivamos identificar fatores demográficos como idade, gênero, localização, renda, escolaridade etc. Além disso, também foi possível compreender padrões de comportamento e consumo sustentável. Os resultados dessa pesquisa estão anexados no Apêndice D. A escolha do público para o aplicativo Garimpeira foi definida com base em resultados percentuais levantados através dessas pesquisas e estatísticas geradas pelo Google Docs.

A predominância do público feminino, representando 79,2% dos entrevistados, é uma indicação da afinidade das mulheres com a moda, seu interesse em opções de consumo consciente e sustentável, bem como seu histórico de compras em bazares e brechós. Além disso, a concentração de 29,1% dos entrevistados na faixa etária de 20 a 22 anos é significativa. Isso sugere que esse grupo demográfico é mais propenso a adotar soluções tecnológicas, estando aberto a explorar aplicativos como o Garimpeira para simplificar a experiência de garimpo e encontrar peças únicas e sustentáveis.

A diversidade nas faixas salariais, com 41,7% ganhando mais de R\$3.000,00 e 37,5% ganhando até R\$3.000,00, abrange um amplo espectro de consumidores. Isso permite que o Garimpeira atenda tanto quem busca preços mais acessíveis quanto quem está disposto a gastar mais em produtos sustentáveis, conforme Formulário de Pesquisa Qualitativa apresentado no apêndice C.

Ao alinhar a escolha demográfica com esses resultados percentuais, o Garimpeira se posiciona estrategicamente para atender a um público que busca ativamente opções de moda consciente e sustentável. Essa escolha é baseada em dados sólidos e permite que o aplicativo crie estratégias de marketing direcionadas e comunique sua proposta de valor de forma eficaz.

2.8.2 BENCHMARKING

Não foi encontrado nenhum concorrente alinhado à proposta do Garimpeira, porém após uma pesquisa de mercado, foram encontrados possíveis perfis e empresas que servirão como base para coleta de informações sobre o mercado em que o aplicativo de guia de bazares e brechós pretende atuar.

A primeira instituição selecionada para a análise de benchmarking é o perfil Guia de Brechós ABC no Instagram. O objetivo principal desta primeira análise é a observação da comunicação digital da página, tendo como variáveis a diferença de formato de comunicação em que é feito o trabalho e a falta de acesso aos insights detalhados das métricas do perfil.

Esta análise é fundamental para a busca da excelência operacional e para manter uma vantagem competitiva no mercado em constante evolução. A imersão no universo da marca para além do desenvolvimento do aplicativo, assim como para as produções de conteúdos e divulgação da aplicação é essencial para entender o tipo de conteúdo consumido pelo público-alvo deste projeto e a comunicação mais eficiente para realizá-lo.

A segunda instituição selecionada para a análise de benchmarking foi a empresa Enjoei. O objetivo principal desta segunda pesquisa é a análise de posicionamento digital da marca, estratégias de marketing e funcionalidades do site e aplicativo. A empresa foi definida como concorrente indireto desta proposta de projeto, uma vez que não oferece o mesmo serviço, embora atenda às necessidades do mesmo público-alvo.

A plataforma possui funcionalidades que podem também ser implementadas a este projeto, como as abas de busca, filtros para pesquisa etc. O Enjoei é uma plataforma que pode ser considerada concorrente de forma indireta, uma vez que ambos os públicos são interessados e consomem em mercados de segunda mão,

porém segue outra linha, onde é possível realizar compras e vendas na própria plataforma.

É preciso entender a possibilidade de o mesmo público estar procurando por peças específicas e, através do Enjoei, é possível realizar esse garimpo de forma online, porém é limitado de certa forma. Um ponto negativo da plataforma é a alta taxa de comissão (18%) e a tarifa fixa por produto de acordo com a sua precificação.

O público-alvo deste projeto é focado não só em pessoas interessadas no mercado de segunda mão, mas que também buscam e apreciam a experiência do garimpo em si e/ou preferem comprar peças presencialmente.

2.9 A DEFINIÇÃO DO ARQUÉTIPO DA MARCA GARIMPEIRA

O primeiro cientista a chamar a atenção para o tema dos arquétipos no campo da ciência da psicologia foi o Dr. Carl Gustav Jung. Segundo ele, todos nós temos um “inconsciente coletivo” que canaliza experiências e emoções, resultando em padrões típicos de comportamento (JUNG, 2014). Os arquétipos ajudam a se conectar com as necessidades humanas básicas e subconscientes de um público-alvo. São eficientes formas de praticar a humanização e gerar estratégias de marketing por meio de gatilhos emocionais.

O primeiro arquétipo que se identifica com a nossa marca/produto é Explorador. O arquétipo do Explorador se encaixa eficientemente, pois as pessoas que buscam bazares e brechós, muitas vezes, são aventureiras e curiosas. Elas estão em busca de novas descobertas e experiências únicas, o que se alinha com a ideia de garimpar peças especiais. Esse arquétipo enfatiza a busca por oportunidades únicas e a sensação de aventura que o aplicativo pode proporcionar. Isso também é incorporado na linguagem da marca, destacando a emoção de encontrar peças únicas e desconhecidas.

Além disso, por se tratar de peças únicas e com preços acessíveis, é reforçado o descobrimento pessoal de gostos particulares, entendimento de estilo próprio, possibilidade de experimentar novos elementos etc. A liberdade de escolha e independência na busca por itens únicos também é refletida no design da interface do usuário, traduzida de forma intuitiva e acessível.

O segundo arquétipo identificado é o do Cuidador. Esse arquétipo se preocupa com o bem-estar da comunidade e meio ambiente, e em oferecer soluções que melhorem a vida das pessoas. Associa-se com a proposta de projeto, pois promove práticas sustentáveis e éticas.

A ideia de cuidador do meio ambiente vem por meio do destaque à importância do consumo consciente, promovendo a reutilização de roupas e itens ao invés de compra de novos produtos. O aplicativo busca atrair pessoas que se preocupam com esses valores e buscam apoiar negócios locais de forma responsável. Além disso, pode ser usado como parte central do posicionamento digital para destacar o apoio aos pequenos negócios locais e promover a economia local.

2.10 CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual do aplicativo Garimpeira foi construída seguindo as diretrizes estabelecidas no manual da marca, como detalhado no apêndice A. As orientações levantam diversos elementos, como cores, fontes, arejamento e proporções e em seu desenvolvimento levou-se em conta o tom de voz da marca, caracterizado como amigável, jovial e entusiástico, buscando estabelecer uma conexão genuína com o público-alvo.

O arejamento é estruturado com base em uma área de respeito ao redor do logotipo, determinada pela altura da letra "a" da palavra Garimpeira, e redução limite mínima de 20mm de altura, essa proporção, representada como $1:x/1,20$, conceito aplicado no aplicativo, garantindo uma apresentação visual nítida.

A seleção de cores desempenha um papel fundamental na construção da identidade, adotando o "Roxo Ametista", preto e branco, com as especificações RGB: Roxo (3, 3, 4), Ametista (145, 59, 142) e Branco (255, 255, 255). A cor roxo representa sofisticação, criatividade e tecnologia, destaca a possibilidade de encontrar peças únicas. O preto simboliza atemporalidade e autoridade, reflete os valores que a marca acredita, como a moda circular e consumo consciente. O branco, por sua vez, sugere simplicidade e pureza, transmitindo clareza e integridade, além de evocar confiabilidade e transparência.

No aspecto tipográfico, a família de fontes Poppins Sans Serif, desenvolvida por Ninad Kale, foi adotada. Como complemento, foi utilizada a harmonização a partir da Poppins, sendo escolhido a PT Serif e a Karla enquanto secundárias.

O símbolo da marca combina a letra "G" (de Garimpeira) com um ícone de localização (pin), simbolizando a missão de conectar exploradores locais a negócios sustentáveis na cidade de Campinas. Essa representação visual incorpora a essência deste projeto, e essas considerações foram ponderadas visando que o aplicativo promova a sustentabilidade, destacando a importância do consumo consciente e da moda circular.

2.11 ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO E RELACIONAMENTO

Para o planejamento de divulgação do projeto, foi utilizado o critério SMART¹⁴

Baseado nesse conceito, é possível definir metas e objetivos específicos e reais para o projeto.

As estratégias de divulgação do projeto Garimpeira têm como objetivo principal o reconhecimento de marca, a fim de validar a relevância do projeto por meio do retorno do público. O período de divulgação definido será feito durante o mês de novembro, nos canais Instagram e TikTok. Para isso, a estratégia de funil de vendas foi a base para a estruturação do cronograma de planejamento de divulgação do aplicativo. O conceito de funil de vendas é amplamente utilizado no marketing digital, ele compreende as etapas que um consumidor percorre, desde o conhecimento do produto até a decisão de compra.

Assim, serão priorizados conteúdos de topo e meio de funil, a fim de gerar atração e engajamento com o público. Conteúdos de fundo de funil não serão priorizados, uma vez que a aplicação não será lançada de fato. A escolha dos canais de divulgação é estratégica e alinhada com os objetivos do aplicativo e o perfil do público-alvo.

Para isso, o Instagram destaca-se como a plataforma para apresentar o projeto de maneira atrativa, além de possibilitar abordar conteúdos que embasam os conceitos e valores do aplicativo. Através das ferramentas de engajamento, como

¹⁴ (DORAM, 1981). Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-meta-smart-e-como-definir-em-sua-empresa,fd5cd6387eab5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>

compartilhamentos e comentários, o Instagram permite construir uma comunidade em torno da busca, exploração e descobrimento, conceitos fundamentais para o Garimpeira.

Em paralelo, o TikTok oferece uma abordagem eficaz para alcançar um público mais jovem, fundamental para promover a interatividade e a participação ativa dessa audiência. Além disso, seu algoritmo é conhecido por ser baseado em aprendizado de máquina, projetado para entender as preferências de seus usuários através da análise de seus comportamentos dentro da plataforma. Dessa forma, esse canal desempenha um papel crucial no objetivo de atração do público.

Desta forma, a combinação das duas plataformas como canais de divulgação busca não apenas divulgar o aplicativo, mas construir uma comunidade engajada em torno dos valores de consumo consciente e moda circular propostos pelo projeto, permitindo, assim, criar uma presença digital dinâmica e autêntica, de maneira que projete uma imagem e reputação positivas para o público-alvo.

Para isso, a linha editorial foi elaborada com base em macrotemas que envolvem o projeto, sendo eles: o consumo consciente, a moda circular e a sustentabilidade. A partir dos macrotemas e do período de divulgação, foi desenvolvido um cronograma de postagens com a frequência de 2 a 3 postagens semanais, totalizando 8 conteúdos. O cronograma completo de conteúdos e peças visuais podem ser visualizados detalhadamente no apêndice G.

Já, para a ação de comunicação principal do projeto, foi desenvolvido, em parceria com um profissional da área de audiovisual, um vídeo com a finalidade de divulgar e aumentar a visibilidade do projeto com base em suas características essenciais. O roteiro do material audiovisual pode ser visualizado no apêndice H.

Por sua vez, os conteúdos divulgados seguem diferentes tipos de formatos. Essa abordagem diversificada de formatos promove uma presença mais interessante e flexível, ampliando as possibilidades de alcance e interação. O tom de voz utilizado em todo o projeto é amigável, jovial e entusiástico. Essa abordagem de comunicação tem o poder de estabelecer conexões afetivas com o público, pois torna a marca acessível e acolhedora, a fim de criar relacionamentos sólidos e autênticos. Além disso, um tom entusiástico e amigável é eficaz para envolver o público.

Em suma, o projeto Garimpeira pretende inspirar as pessoas a adotar mudanças positivas em suas vidas e a se envolver ativamente na nossa missão de tornar o mundo mais sustentável. Pois, em um mercado de tecnologia no qual muitas

marcas adotam um tom mais formal e distante, é preciso se destacar e garantir o reconhecimento através de uma abordagem mais pessoal e descontraída. Isso não apenas diferencia a marca, mas também a torna mais identificável para um público que valoriza a autenticidade e o espírito jovem.

A divulgação inicial das plataformas do Garimpeira se deu a partir dos perfis pessoais das integrantes idealizadoras deste projeto, seguido de um valor investido em Facebook Ads e compartilhamento em grupos no Whatsapp da faculdade PUC Campinasde, bem como grupos de compra e vendas de peças de segunda mão, da cidade de Campinas.

2.12 ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise final das estratégias será feita por meio da observação de métricas, definidas para cada tipo de conteúdo, considerando o conceito de funil de vendas e seus objetivos. O vídeo de divulgação oficial do projeto foi analisado e definido como o conteúdo de maior engajamento dentro do cronograma, e, após a sua divulgação no dia 21/11, notou-se um aumento significativo no alcance de novos seguidores, interações com o conteúdo e interesse com o projeto.

O segundo conteúdo com mais interação foi uma estratégia em que trouxemos uma pequena curadoria de Bazares Beneficentes no bairro da Cidade Universitária, em formato de Carrossel, na plataforma Instagram. A escolha do bairro da Cidade Universitária foi estratégica, baseando-se em resultados demográficos obtidos através da pesquisa de público, ao mesmo tempo em que conversa com o público jovem.

O objetivo desse conteúdo foi disponibilizar algumas informações que constam no aplicativo, porém de forma limitada, a fim de gerar curiosidade e vontade de obter demais informações. Na legenda da publicação, foi descrito as funcionalidades e informações que seria possível ter acesso no aplicativo, junto com uma chamada para ação, incentivando as pessoas a compartilharem seus bazares e brechós favoritos nos comentários. O conteúdo tem como objetivo atrair novos seguidores e gerar interação. Através das métricas de compartilhamento, salvamento e novos seguidores, concluímos que a publicação obteve o resultado desejado.

Ao longo do mês de Novembro, o perfil da marca recebeu algumas mensagens de pessoas e coletivos interessados em fazer parte do projeto e voluntariamente se

oferecendo a contribuir disponibilizando uma relação de outros estabelecimentos da região. As respectivas mensagens podem ser visualizadas nos apêndices J e K.

Ademais, foi possível identificar o uso da ferramenta de anúncio Facebook Ads como contribuinte para impulsionar o acesso ao perfil da marca, ampliando o alcance e gerando novos seguidores. Insights disponibilizados através da plataforma Meta Business Suite, na data de 22/11/2023, como Alcance e Visitas no Perfil podem ser visualizados respectivamente nos apêndices L e M.

3 CAPÍTULO 3

Neste capítulo, se apresenta o passo a passo do trabalho, indicando todos os procedimentos nas diferentes etapas da produção.

3.1 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

No início de março, a equipe se reuniu para discutir possíveis temas para o trabalho de conclusão de curso. A princípio, foi definida a criação de uma agência de divulgação de eventos universitários, porém o grupo teve problemas em obter certos dados e informações sobre o assunto. Após considerar outras opções, ainda em março, decidiu-se pela modalidade de comunicação digital por meio de soluções autônomas, com o projeto de protótipo de aplicativo de guia de Bazares e Brechós.

A ideia do projeto surgiu a partir da afinidade das integrantes do grupo com moda sustentável e entendimento do contexto sobre a constante crescente de temas relacionados ao mercado de segunda mão, consumo consciente e sustentabilidade. Assim como a identificação da dor sobre a dificuldade de encontrar, no meio digital, esses estabelecimentos.

Na primeira semana de abril de 2023, a equipe começou a trabalhar no desenvolvimento da proposta de viabilidade do projeto. Essa etapa envolveu a definição da modalidade do projeto, a explicação do objetivo do produto a ser desenvolvido, justificativa e uma análise detalhada da viabilidade de execução. O prazo estabelecido para a entrega da proposta de viabilidade foi 10 de abril. Após essa entrega, foi iniciado a elaboração de uma pesquisa qualitativa, por meio de um formulário online, a fim de entender os comportamentos e necessidades no consumo ligado ao mercado de segunda mão.

Durante o mês de maio, a equipe concentrou-se na divulgação da pesquisa de comportamento. A pesquisa foi divulgada em grupos de faculdade da PUC-Campinas, redes sociais pessoais das integrantes do grupo e grupos de Facebook relacionados ao mercado de segunda mão. Essa etapa envolveu a coleta de dados relacionados aos hábitos de consumo, preferências e necessidades do público-alvo. Em 16 de maio, foi entregue o relatório descrevendo a contextualização do tema, mercado e segmento do projeto, apresentando também objetivos e modalidade do mesmo. Ao

fim do mês, foram recolhidas as informações adquiridas na pesquisa qualitativa, assim como a previsão de público-alvo e possíveis estratégias de divulgação do projeto, redigidos em formato de relatório.

No início de junho, foi elaborado o briefing do produto a ser desenvolvido, incluindo justificativas e objetivos claros. Em 16 de junho, foi realizada a entrega final do relatório de qualificação.

No início de agosto, ocorreu a banca de qualificação, onde foi discutido e definido o recorte demográfico do projeto, configurado na cidade de Campinas. A partir disso, foi iniciada a etapa de mapeamento dos Bazares e Brechós em Campinas, assim como a coleta de dados essenciais para o projeto como endereço, horários e dias de funcionamento, meios de contato etc.

O mapeamento inicial desse projeto se deu através de uma pesquisa on-line aprofundada, por meio das redes sociais e sites especializados. Além disso, também foi usado como base o conhecimento pessoal prévio de estabelecimentos na cidade de Campinas, junto com a colaboração da comunidade mediante formulários divulgados em grupos e redes sociais, e parcerias com os próprios Bazares e Brechós locais.

Setembro concentrou-se no desenvolvimento e divulgação de uma pesquisa de público com a finalidade de identificar fatores demográficos como idade, gênero, localização, renda, escolaridade etc. Além disso, compreender padrões de comportamento e consumo sustentável. Simultaneamente, foram realizados brainstormings para a escolha do nome do aplicativo e início da pesquisa de benchmarking.

No início de outubro, a equipe começou a trabalhar nos esboços do aplicativo. Foram desenhados *wireframes* de baixa e média fidelidade para cada tela do protótipo, anexados no apêndices E e F respectivamente, com o objetivo de visualizar a estrutura base necessária para o aplicativo.

Nesse mesmo período, ocorreu a entrega de definição da plataforma de busca, análise de benchmarking e definição final do nome Garimpeira para a marca. Paralelamente, houve contato com possíveis designers para o suporte e início da fase de desenvolvimento da identidade visual da marca e prototipagem do aplicativo. Ao final do mês de outubro, começou-se a estruturação das estratégias de divulgação do trabalho.

As estratégias de divulgação e ações de marketing foram estruturadas e planejadas para que entrassem em vigor durante todo o mês de novembro.

No mês de novembro, se deu a execução efetiva de todas as ideias produzidas até então. Na primeira semana, foi finalizada a identidade visual do aplicativo junto com o profissional de design contratado, incluindo logotipo, símbolo, cores e tipografia, juntamente com a criação de um manual da marca.

Durante o processo de desenvolvimento da identidade visual da marca e protótipo, foram encontradas dificuldades de comunicação e alinhamento de expectativas com o profissional de design contratado. Por esse motivo e por falta de recursos, o grupo decidiu encerrar a contratação com o profissional e seguir com o projeto de forma independente com o desenvolvimento do protótipo interativo final.

Ainda na primeira quinzena de novembro, foram criadas as artes visuais para divulgação nas redes sociais e as ações de marketing, que se iniciaram em 8 de novembro. Paralelamente, foi feita a contratação de um profissional de audiovisual para a produção e edição do vídeo oficial de divulgação do aplicativo, voltado às redes sociais Instagram e TikTok, como justificado no capítulo 2.11. O roteiro para o material audiovisual foi finalizado e entregue em 16/11/2023 e a gravação foi realizada em 17/11/2023.

A segunda quinzena de novembro foi direcionada à finalização dos relatórios a serem entregues, à finalização do protótipo interativo e ainda, à divulgação dos materiais voltados às redes sociais do projeto.

3.2 EDIÇÃO

Em todos os processos, a atenção aos detalhes, a consistência com a identidade visual e a adaptação contínua foram essenciais para garantir que cada produto atenda aos padrões de qualidade estabelecidos.

i. **Criação de Conteúdo para Redes Sociais (Feed, Stories) pelo Aplicativo Canva**

O processo de criação de conteúdo para redes sociais iniciou com uma análise dos objetivos e público-alvo. Utilizando o aplicativo Canva, a escolha de templates

adequados foi essencial para transmitir a mensagem de forma visualmente harmoniosa. Foram considerados elementos como cores, tipografia e layout para garantir consistência com a identidade visual do conteúdo do projeto Garimpeira. A edição final envolveu a revisão de conteúdo para assegurar a nitidez da mensagem e a otimização das imagens para a apresentação nas plataformas sociais.

ii. **Criação de Vídeo para Lançamento do Aplicativo**

O processo iniciou com a elaboração de um roteiro, alinhado com os objetivos de comunicação e apelo visual. A captura de imagens foi realizada de maneira técnica, garantindo qualidade e coesão com a identidade visual. A edição compreendeu a seleção criteriosa das cenas, aplicação de transições suaves e trilhas sonoras que complementam a narrativa. O tratamento de imagem foi aplicado para garantir consistência visual, corrigindo cores e ajustando detalhes conforme necessário, resultando nos vídeos para divulgação.

iii. **Criação do Aplicativo pelo GoodBarber**

O desenvolvimento do aplicativo pelo GoodBarber segue uma abordagem interativa. Após a fase inicial de exploração e familiarização com a plataforma, foi definidos os elementos estruturais e de design. A edição ocorreu ao longo do processo, ajustando layouts, cores e funcionalidades para otimizar a experiência do usuário. Testes regulares foram realizados para garantir a usabilidade e identificar possíveis melhorias. A versatilidade do GoodBarber permitiu uma edição adaptável conforme as necessidades do projeto.

iv. **Criação de Identidade Visual pelo Illustrator e Photoshop**

O processo de criação de identidade visual iniciou com uma análise dos valores e propósitos do Garimpeira mais as técnicas utilizadas no mercado. Com o Illustrator e Photoshop, a criação de logotipos, paletas de cores e elementos visuais é guiada

pela proposta do aplicativo. A edição envolveu refinamento de detalhes, ajustes de cor e forma para transmitir a mensagem desejada. A aplicação de técnicas avançadas nos programas assegurou a qualidade visual e a consistência da identidade em diferentes contextos.

3.3 CUSTOS/GASTOS

Quando abordamos o lançamento efetivo de uma aplicação, é importante ressaltar que o Good Barber requer adesão a um de seus planos pagos. O aspecto crucial a considerar é que, para utilizar a plataforma de maneira comercial, é necessário realizar um investimento. Contudo, isso não desqualifica o uso dessa plataforma como meio de prototipar uma ideia inovadora. O propósito deste protótipo é, justamente, obter o investimento necessário para iniciar o projeto, possibilitando o financiamento inicial até que ele alcance a autossustentação e, conseqüentemente, comece a gerar lucros.

Quanto ao Manual de Identidade e aos conteúdos audiovisuais, foi essencial contar com a visão de especialistas. Para amplificar essa visão junto aos consumidores, foi adotada a estratégia de impulsionamento pago como um teste inicial. Dessa maneira, os custos associados a essas etapas compreendem:

Figura1 — Tabela de Gastos



garimpeira

TABELA DE GASTOS

Data	Descrição	Valor
24/10 a 16/11	Designer - Id Visual	R\$ 250,00
15/11	Facebook dAs (5 dias)	R\$ 25,00
17/11	Transporte para gravação	R\$ 21,00
21/11	Projeto Audiovisual	R\$ 250,00
TOTAL		R\$ 546,00

Fonte: As autoras, 2023.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Algumas dificuldades foram enfrentadas ao longo do processo de TCC, em relação a estruturação da equipe e execução do projeto.

Durante o transcurso de dois semestres, ocorreram modificações na composição do grupo inicial em virtude da saída de membros e da inclusão de novos participantes. Este cenário apresentou desafios ao progresso do trabalho, tendo em vista que resultou na desestruturação da equipe e do seu curso de ação, demandando, conseqüentemente, a implementação de novos alinhamentos no planejamento estratégico e na redistribuição de responsabilidades. Além disso, foram necessários ajustes no próprio desenho do projeto a fim de viabilizar a sua conclusão de maneira apropriada.

A contratação de um profissional na área do design se deu inevitável para o desenvolvimento da proposta, para a criação de uma identidade visual para a marca e prototipação do aplicativo Garimpeira. Desde o início do processo de contratação, enfrentamos desafios na comunicação e alinhamento com o referido profissional. Embora tenhamos conseguido colaborar de maneira conjunta para o desenvolvimento bem-sucedido da identidade visual da marca, houve a necessidade de rescindir o contrato, considerando os prazos estabelecidos como limites para a entrega do protótipo e a necessidade de desenvolver um aplicativo funcional, pois os custos associados a essa adaptação ultrapassaram o que foi previamente acordado com o profissional contratado, tornando inviável a continuidade da parceria.

Diante dessa circunstância, uma integrante da equipe assumiu a responsabilidade pelo desenvolvimento autônomo do protótipo, mantendo um alinhamento contínuo com a outra integrante.

Além disso, a falta de recursos destinados a investimentos adicionais para determinadas melhorias no desenvolvimento do protótipo apresentou-se como um fator limitante, demandando a busca por alternativas e ferramentas que pudessem aprimorar o processo em questão. Dado que se trata do desenvolvimento de um aplicativo, mesmo que, até o momento, se configure como um protótipo, foi necessário realizar pesquisas aprofundadas no contexto do universo mobile, abrangendo aspectos como experiência do usuário, bem como adquirir conhecimentos adicionais pertinentes à área de desenvolvimento e tecnologia.

Em decorrência das adversidades enfrentadas no processo do projeto e em relação a comunicação interna da equipe, tornou-se essencial o emprego de controle emocional e estratégico para a identificação e implementação de soluções, assemelhando-se às demandas do ambiente profissional.

Além disso, observou-se um amplo espaço para a expressão da criatividade. Este projeto envolve assuntos que são de conhecimento e intimidade da equipe, já previamente inseridos aos seus estilos de vida. Em virtude dessa afinidade, o processo de trabalho foi bastante prazeroso, no que diz respeito à aplicação da criatividade e à exploração de possibilidades de atuação.

No transcorrer do mês de novembro, mediante a implementação das estratégias de divulgação, o perfil da marca recebeu mensagens por parte de indivíduos e coletivos, de forma voluntária, manifestando interesse em fazer parte da plataforma e expressando contribuição com o projeto, oferecendo disponibilizar uma relação de Bazares e Brechós localizados na região. Tal interação evidencia a relevância e importância deste projeto experimental.

Por fim, têm se observado a aceitação e demanda por parte do público quanto à expansão para áreas além dos limites da cidade de Campinas. Esta observação, portanto, define um espaço propício para investimentos futuros e prosseguimento do projeto. Por se tratar de uma ideia central inovadora, o projeto em sua totalidade foi um grande desafio, porém, resultando em valiosos aprendizados e oportunidades de desenvolvimento na área pessoal e profissional da equipe.

REFERÊNCIAS

- ANDRÉA, Carlos d'. **Pesquisando Plataformas Online: Conceitos e Métodos**. Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>. Acesso em: 18/11/2023.
- BATISTA, Juliane. **Conhecendo o Figma - Criando uma interface para Smartphone Android**. Repositório CAPES, 2021. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/598592/2/Conhecendo%20a%20Interface%20do%20Figma%20e%20as%20principais%20ferramentas%20de%20trabalho.pdf>. Acesso em: 18/11/2023.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- JUNG, C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. (11. ed.). Rio de Janeiro: Vozes, 2014.
- GARRETT, Filipe. **O que é Figma? Quatro perguntas sobre como usar o site**. 2021. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2021/06/o-que-e-figma-quatro-perguntas-sobre-como-usar-o-site.ghtml>. Acesso em: 18/11/2023.
- KEGLER, B.; LUZ, A.J.A.; POZOBON, R. O. Sociedade de Plataformas e os desafios para a Comunicação Pública: o caso OBCOMP. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, maio 2021.
- MORAIS, E.A.M; AMBROSIO, A.P.L, **Ferramentas de Busca na Internet**. Instituto de Informática Universidade Federal de Goiás. Goiás: 2007. Disponível em: https://ww2.inf.ufg.br/sites/default/files/uploads/relatorios-tecnicos/RT-INF_002-07.pdf. Acesso em: 18/11/2023.
- OLIVEIRA C. A.; CARELLI, R. L.; GRILLO, S. Conceito e Crítica das Plataformas Digitais de Trabalho. **Rev. Direito e Práx.**, Rio de Janeiro, V. 11, N. 4, 2020, p. 2609-2634. DOI: 10.1590/2179-8966/2020/50080. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdp/a/y85fPG8WFK5qpY5FPhpvF9m/?format=pdf>. Acesso em: 18/11/2023.
- OLIVEIRA, Yasmin Medeiros de. **Comportamento de consumo de moda circular dos millennials**. Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação. Portugal, 2020 Orientador: Carlos Alves Rosa. Nov-2020. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/35138>. Acesso em: 20/11/2023
- ROSÁRIO, Fabio Chassot. **Desenvolvimento de Aplicativos Móveis Multiplataforma**. Monografia do curso de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas – COADS – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR; 2015. Disponível em:

https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/13394/1/MD_COADS_2015_2_05.pdf

SALVALAIO, Raquel Denise; ASHTON, Mary Sandra Guerra. O consumo de moda em brechós no contexto da indústria criativa. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, jul/set, [s.n], 2017.

SANTOS, Gabriel Martins dos. **Estudo do uso de plataformas no-code para geração de MVPs**- Monografia do curso Bacharel em Ciência da Computação. - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – 2022.

SANTOS, S. D. M. Entre Fios e Desafios: Indústria da Moda, Linguagem e Trabalho Escravo na Sociedade Imperialista. Relacult: **Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade**, [s.l.], v. 3, p.1-15, dez. 2017. Disponível em: <<http://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/468/238>>. Acesso em: 20/11/2023

SANTOS, C. C.; SIGRIST, V. C. Análise da indústria da moda e a importância da sustentabilidade e da circularidade para o setor. **Bioenergia em Revista: Diálogos**, ano/vol. 10, n. 2, jul./dez. 2020.

SAPPER, Stella Lisboa. **Consumo: a engrenagem do fast fashion**. Revista UDESC - Universidade do Estado de Santa Catarina, 2018. Disponível em: [Vista do Consumo: a engrenagem do fast fashion \(udesc.br\)](#). Acesso em 23/05/2023.

SILVA, B. R.; ANDRADE, P. D., Consumo fast-fashion: impactos ambientais causados pela produção do algodão. **ENSUS – Encontro de Sustentabilidade em Projeto** – UFSC, Florianópolis; Abril de 2018.

TSUI, Cindy. **Moda Circular: uma análise do conhecimento e comportamento de compras dos consumidores**. – Universidade de Brasília, 2021. Orientador: Patricia Guarnieri dos Santos. Disponível em: [Biblioteca Digital da Produção Intelectual Discente: Moda circular : uma análise do conhecimento e comportamento de compras dos consumidores \(unb.br\)](#). Acesso em 23/05/2023.

APÊNDICE A – MANUAL DA MARCA



Guia Rápido da marca

Este é um Guia Rápido, que traz o novo Sistema Visual Garimpeira.

Aqui você encontrará as orientações para construirmos juntos um grande sonho.

Versão principal

A Garimpeira é mais do que uma marca de buscador de brechós e bazares de roupas; somos uma comunidade que valoriza a moda autêntica e sustentável. Convidamos você a se juntar a nós nessa jornada de descoberta e expressão pessoal. Encontre seus tesouros da moda vintage com a Garimpeira.



A letra "G" estilizada, com a forma de um alfinete de localização, forma o símbolo da Garimpeira.

Que representa nossa missão de ajudar as pessoas a encontrarem os tesouros da moda em suas localidades.

Símbolo



Logotipo

garimpeira



Arejamento e redução da marca

Arejamento

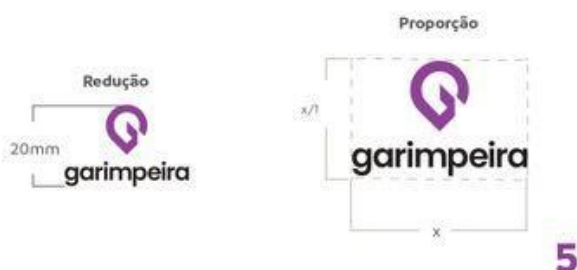
Para aumentar a percepção da Marca é necessário respeitar uma área em toda a sua volta, livre de qualquer interferência. A medida mínima desta área equivale à altura da letra "a" da Garimpeira.

Redução

O limite de redução da é de 20mm de altura.

Proporção da Marca

A proporção entre altura e largura da Marca é de 1:x/1,20, conforme demonstração ao lado.



5

Usos incorretos

Nesta página estão exemplificados alguns USOS INCORRETOS:



01. NÃO distorcer a Marca



02. NÃO rotacionar ou inclinar a Marca



03. NÃO usar a Marca na posição vertic



04. NÃO rotacionar qualquer dos elementos



05. NÃO alterar a tipografia



06. NÃO alterar a relação de proporção



09. NÃO alterar a disposição dos elementos da Marca



11. NÃO aplicar efeitos visuais na Marca



12. NÃO inserir fio de contorno na Marc

6

Padrões tipográficos

chamadas/títulos

Poppins Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Poppins Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Poppins SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Fonte Poppins

A família de fontes Poppins sans serif projetada por Ninad Kale é a fonte geométrica pura sem serifa que foi projetada gratuitamente para que possa ser usada em todo o mundo. Nesta fonte você encontrará curvas lindas e atraentes e junto com isso também está sendo usada como fonte web.



Busca, encontra garimpeira

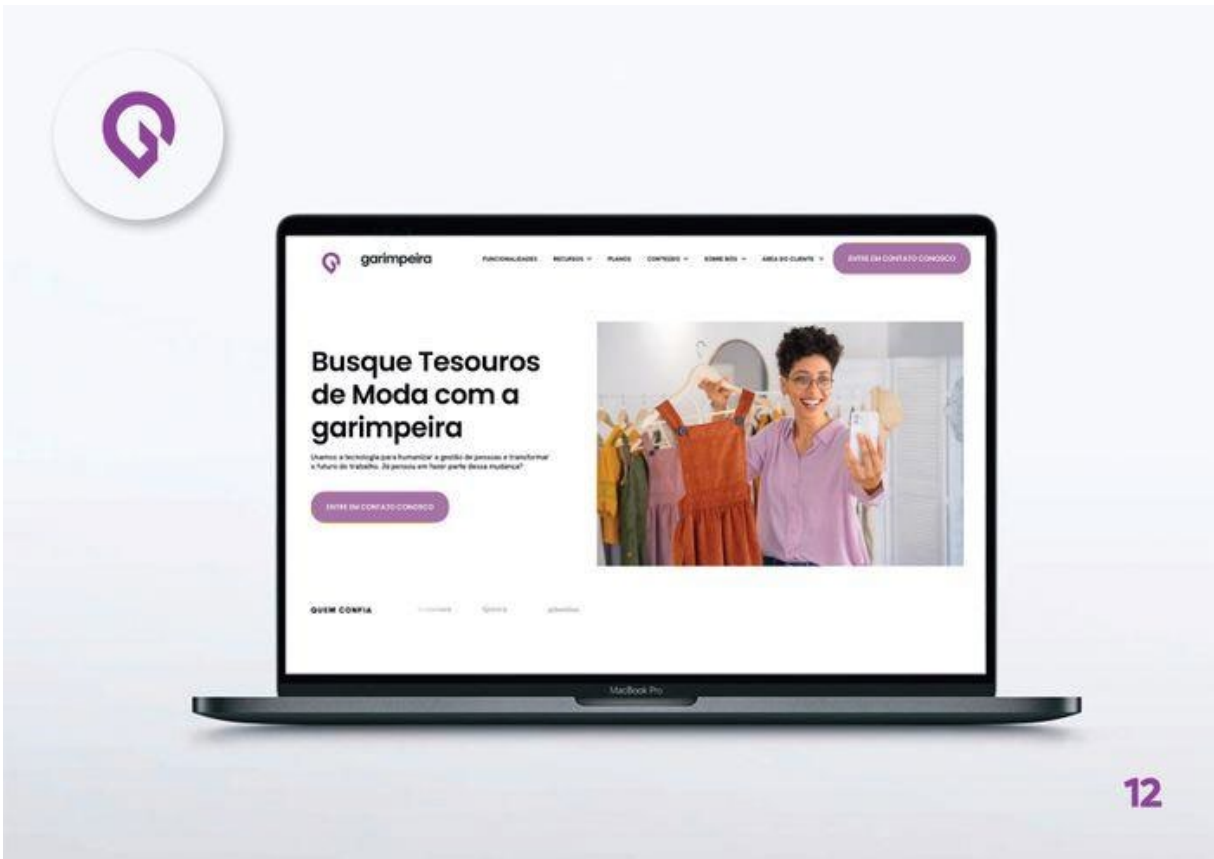
Od expedit, volecSa etur accum exceperit dunt
accaepe llesti blaut dolupici voluptatibus ad
quidebit abor aborum qui ullorerit atum ven



Od expedit, volecSa etur
accum ex-
ceperit dunt
accaepe







12



13





garimpeira

Este manual é de consulta rápida para uso da marca Garimpeira em aplicações de caráter verbal e gráfico.

Para orientações de procedimentos em casos e situações pontuais não exemplificadas neste guia consulte.

APÊNDICE B – PLANILHA DE MAPEAMENTO

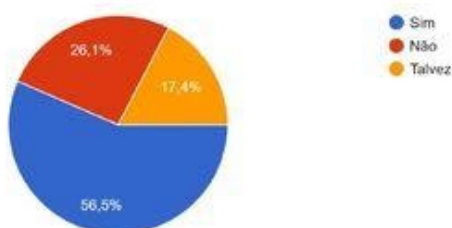
BRECHÓS	Endereço	Contatos	Status
Dona Flor Brechó Campinas - Moda Sustentável	Rua Riachuelo, 507 - Centro	http://bit.ly/BrechóDonaFlor	OK
Preterito Perfeito Loja & Brechó	Rua Dona Libânia, 2175 - Centro	https://www.instagram.com/preteritoperfeito_lojab	OK
Moda Brechó Campinas	R. Avelino de Oliveira Valente, 73 - Swift	-	SEM CONTATO
Bazar da Rê Campinas	Rua Barão Geraldo de Rezende, 39 - Botafogo	19 98363-1311	OK
Brechó Maria Leon	Rua Francisco Antonio Pinto, n. 128 - Pq. Industrial	Facebook: @MariaLeonBrecho Instagram: @maria_leon_brecho	OK
Brechó New York	R. Cel Alfredo Augusto do Nascimento, 227 - Jardim Belmonte (Souzas)	-	SEM CONTATO
Brechó do Nei Campinas	Rua João Batista Alves da Silva Telles, 623 - Jardim Indianópolis	-	SEM CONTATO
Brechó & Cia	R. Padre Antônio Vieira, 126 - Parque Taquaral	Telefone: (19) 98188-2904	OK
Brechó Campinas	Av. Carlos Lacerda, 1605 - Jardim Santa Lucia	-	SEM CONTATO
Brechó da Márcia	Av. Simão, 846 - Parque Universitário de Viracopos	-	SEM CONTATO
Brechó da Gleiza	R. Wilton Simas, 114 - Jardim Capivari	-	SEM CONTATO
Gira Piu - Loja 2	R. Uruguaiana, 1144 - Bosque	https://www.instagram.com/girapiubrecho/ https://www.girapiubrecho.com.br/ https://www.facebook.com/girapiubrecho/	OK
Gira Piu - Loja 1	R. Maria Monteiro, 1742 - Cambuí	https://www.instagram.com/girapiubrecho/ https://www.girapiubrecho.com.br/ https://www.facebook.com/girapiubrecho/	OK
Nedout Brechó & Boutique	R. Barroto Leme, 2377 - Cambuí	(19) 99764-0083	OK
Burguesinha Brechó Chic	R. Américo Brasiliense, 45 - Cambuí	(19) 3294-6574 https://www.instagram.com/burguesinhabrechochi	OK
Único Brechó Cambuí	R. Dr. Guilherme da Silva, 383 - Cambuí	(19) 3500-6796 https://www.unicobrechó.com.br/	OK
MARY E MARIA BRECHÓ	R. Dr. Sampaio Ferraz, 647 - Cambuí	(19) 97165-5434	OK
Dona Flor Brechó Campinas - Moda Circular	R. Antônio Cesarino, 478 - Centro	(19) 99692-9315 https://www.donaflorbrechocampinas.com.br/	OK
Via Brechó Roupa Feminina	Av. Benjamin Constant, 1424 - Centro	(19) 3367-9542	OK
Brechó Lady e Beth	R. Ferreira Penteado, 964 - Centro	(19) 99326-4901	OK
Peça Rara Brechó Campinas	R. Maria Monteiro, 1122 - Cambuí	(19) 99680-2211 http://pecararabrechó.com.br/	OK
Novo Rumo Brechó	R. dos Alecrins, 544 - Sala 5 - Cambuí	https://linktr.ee/novorumbrechó	OK
Simone Rogger Brechó	R. Dr. Cândido Ferreira de Camargo, 63 - Cambuí	(19) 3342-8880 https://m.facebook.com/brechósimonerogger/	OK
Brechó Layde Beth	R. Ferreira Penteado, 964 - Centro	(19) 99326-4901	OK
Brechó Ramos	Rua Regente Feijó, 1431 - Centro	(19) 99690-2605 https://www.instagram.com/brechóramos/	OK
MIA Brechó	Av. Francisco Glicério, 473 - Centro	https://www.miabrechó.com/	OK
GiraLook Brechó Infantil - Campinas	R. Dr. José de Campos Novais, 67 - Jardim Guanabara	https://www.instagram.com/giralook_campinas/	OK
Lovely Brechó e Bazar	Av. Princesa O'Deste, 1544 - Ap 16 - Jardim Paraíso	https://lovely-brechó.negocio.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral	OK
Botró Brechó	R. Saldanha Marinho, 914 - Centro	(19) 99871-6123	OK
Super Brechó Infantil Campinas	Rua Visconde do Rio Branco, 370 - Conceição	(19) 99931-5509 https://www.facebook.com/superbrechoinfantil?locale=pt_BR	OK
Brechó BREMACHIC	R. José Antônio Pinto Borges, 27 - Castelo	https://www.bremachic.com.br/	OK
Brechó Casa Maria de Nazaré	R. Saldanha Marinho, 1242 - Botafogo	(19) 3221-0433	OK
Piccoli Bambini Campinas Brechó	Av. Dr. Armando Sales de Oliveira, 690 - Taquaral	http://www.piccolibambini.com.br/	OK
Burguesinha Brechó Chic	Av. Brasil, 1303 - Jardim Guanabara	https://www.burguesinhabrechochic.com.br/	OK
Brechó Made in USAão - Espaço Sustentável Dig For Fashion	R. Itaberá, sala 3 - 126 - Vila Marieta	(19) 99487-8981 https://www.instagram.com/digforfashioncampinas	OK
BAZARES PERMANENTES	Endereço	Redes Sociais / Contato	Status
Bazar Anchieta599 - Av. Anchieta, 599 - Centro, Campinas - Tel: (19)3233-6779			
Bazaeranchieta574 - Av. Anchieta, 574 - Centro, Campinas - Tel: (19)2517-3270			
Bazar Odeão dos Meninos	R. Bazargeneral - Rua Gal. Osório, 1821 - Cambuí, Campinas - (19)2121-0347 (em frente ao Pão de Açúcar do Centro de Convivência)	(19)2121-0347 https://www.facebook.com/bazaresperancaps	
Bazar Orsímbo - Av. Orsímbo Mala, 625 - Centro, Campinas - Tel: (19)3255-8002			OK
Bazar Casa de Repouso Bom Pastor	R. Fernando Caselato, 89 - Jardim Santa Genebra II (Barão Geraldo)	https://www.facebook.com/CasaDeRepousoBomPastor/ http://bit.ly/casabompastor	OK
Bazar Humberto Campos	R. Irmã Serafina, 707 - Centro		SEM CONTATO
Bazar Ronald McDonald House Campinas	R. Nádia Helena da Silva, 355 - Bosque das Palmeiras	19 3257-2082 www.casaronaldcampinas.org.br	OK
Bazar Lar dos Velhinhos	Av. Governador Pedro de Toledo, 1600 - Bonfim	https://www.facebook.com/bazarlar/	OK
Bazar Semente Esperança Campinas	R. Crispim Ferreira de Souza, 144 - Jardim Paranaapanema	-	SEM CONTATO
Bazar CEAR (Educandário Eurípedes - Crech) Av. Dr. Theodoro de Almeida Camargo, 750 - Vila Nova		Telefone: (19) 3242-3877 http://cear.org.br/ee/ https://www.facebook.com/crechmaelaza/	OK
Sociedade Pro-Menor Barão Geraldo Camy Av. Angelino Gregório, 110 - Barão Geraldo		Telefone: (19) 3289-3163 Facebook: http://bit.ly/sociedade_promenor_barao	OK
Bazar Lar dos Velhinhos - Campinas	Av. Governador Pedro de Toledo, 1600 - Bonfim	https://www.facebook.com/bazarlar/	OK
Bazar São Joaquim e Santana	R. Dr. Osano Zanaga A. Gomes, 1255 - Jardim Yeda	Telefone: 19 3223-4984 Email: saopaquim.santana@gmail.com	OK
Bazar Beneficente NAS	Rua Nossa Senhora da Assunção, 1151 - Bosque de Barão	https://www.facebook.com/nasunodecaasocial Telefone: (19) 3289-3470 GRUPO: http://bit.ly/VamosGarimpar_Grupo	OK
Bazar N. S. da Evangelização	R. Ten Sebastião Gaia, 71 - Parque Brasília, Parque Brasília		OK
Bazar Instituto Padre Haroldo	R. Dr. João Quirino do Nascimento, 1601 - Jardim Boa Esperança	Telefone: (19) 3794-2500 https://www.facebook.com/institutopadreharoldo	OK
Bazar Operação Resgate	Rua Walter Schmidt, 53 - Jd. Santa Cláudia	(19) 97409-8630 http://operacaoregatecampinas.com.br/ http://bit.ly/OperacaoResgate_Facebook http://bit.ly/OperacaoResgate_BazarOnline	OK
Bazar do Jack	Rua Santa Rita do Passa Quatro, 70 - Jardim Nova Europa	19 98240-8375 https://www.facebook.com/bazardojackcampinas http://bit.ly/bazardolock_grupo	OK
Bazar Pão de Vida Campinas	Av. Dr. Armando Sales de Oliveira, 251 - Taquaral	(19) 4141-5266	OK
Mercado das Palhas Bazar	Rua Visconde do Rio Branco, nº 618 - Centro	(19) 3234-5208	OK
Aman Brechó	R. Bernardino de Campos, 337 - Centro	(19) 98832-7747 https://www.facebook.com/amanbr	OK
Instituto 20 Mil Amigos	Av. Maria Antonia da Conceição Ribeiro dos Santos, 371	@20milamigos	OK
Bazar Lar da Criança Feliz	Av. Professora Ana Maria Silvestre Adade, 77 - Pq das Universid.	(19) 3256-2525 https://larcriancafeliz.org.br/C61	OK
Sobrapar	Av. Adolpho Lutz, 100 - Cidade Universitária - Campinas - SP	Instagram bazarsobrapar	OK

APÊNDICE C – FORMULÁRIO DE PESQUISA QUALITATIVA

Pesquisa Qualitativa n1 - Resultados

Você já teve dificuldade em encontrar bazares ou brechós próximos à sua localização?

23 respostas



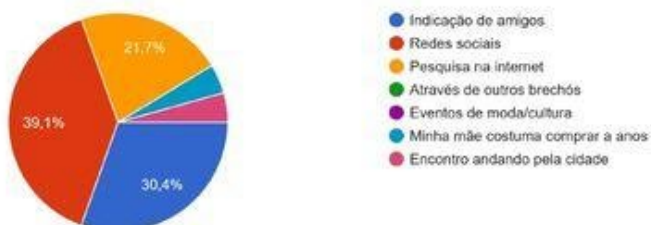
Com que frequência você costuma visitar bazares ou brechós?

23 respostas



Como fica sabendo/conhecendo novos brechós?

23 respostas



Quais são os principais desafios que você enfrenta ao procurar bazares ou brechós atualmente?

19 respostas

Geralmente os melhor estão em cidades mais longes dificultando o acesso

Encontrar peças que sejam verdadeiramente garimpos por um preço justo

Nenhuma na minha cidade tem bastante

Encontrar eles .

Tamanho de roupa.

encontrar na internet

Muitos não tem uma presença legal na internet entao fica dificil encontrá-los, já que o marketing offline também é bem falho.

Nunca tem peças para o meu tamanho (48 ao 52)

Pouquíssima diversidade de tamanhos.

Quais são os principais desafios que você enfrenta ao procurar bazares ou brechós atualmente?

19 respostas

acredito que a localização

Não tenho costume de procurar

Encontrar um próximo de onde moro, alguns não tem Instagram mostrando as peças (por serem mais tradicionais). Mas acredito que hoje em dia tem sido muito mais fácil encontrar bazares e brechós no Google.

falta de informações, fotos

Horário de funcionamento muito restrito

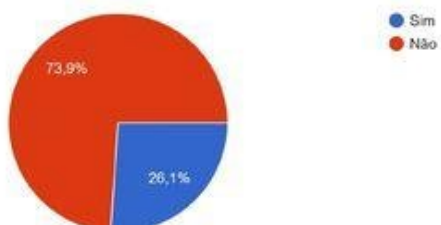
Saber quais brechós tem itens com qualidade e onde ir

Alguns lugares tem um acervo de peças com avarias, as vezes preços inadequados, mas a grande arte do negócio é ir garimpando tudo

Nem todos estão nas redes sociais ou não fazem entregas, não tenho tempo para ir garimpar e ver o que consta

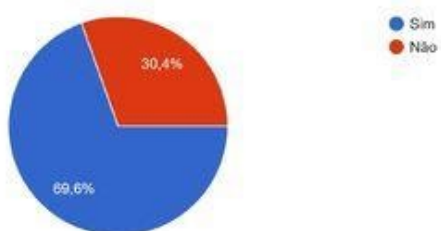
Você considera fácil encontrar informações na internet ou aplicativos sobre bazares ou brechós em sua região?

23 respostas



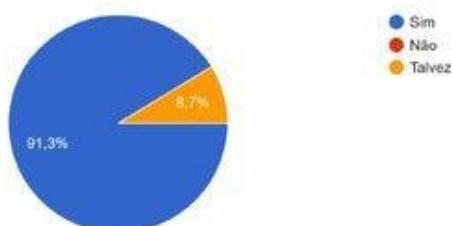
Você já desistiu de visitar um bazar ou brechó devido à falta de informações precisas ou confiáveis?

23 respostas



Você acredita que um aplicativo poderia facilitar a descoberta de bazares ou brechós próximos e ajudar na obtenção de informações relevantes?

23 respostas



Que recursos ou funcionalidades você esperaria de um aplicativo desse tipo?

23 respostas

Talvez um app que filtre os brechós por cidades/regiões e dentro desse app tenha um cadastro com nome/endereço/horário de funcionamento.

Um mapa com as unidades próximas a mim, com fotos de algumas partes internas do brechó ao clicar na unidade. Uma outra seleção de brechós on-line com endereço digital. Um espaço pra salvar meus brechós favoritos. Alguma forma de entrar em contato com o brechó para tirar dúvidas e /ou reservar e comprar peças. Algum tipo de gameificação para interagir com outros usuários, como por exemplo: outro user postar uma foto de um look de brechó no feed do app e eu poder ajudar a montar o look e dar sugestões - aí ganhar pontos com isso, e com os pontos poder trocar por descontos em unidades ou outros prêmios no app. Desbloquear fases dentro do app e ir liberando benefícios nos brechós, Ex: a cada peça comprada em um brechó encontrado no app eu registro no app e ganho pontos que convertem em benefícios. Ter alguma integração com as redes sociais para encontrar meus amigos no app

Endereço, dias abertos

Facilitar minha vida .

Pesquisa por localização e tamanho de roupa.

Que recursos ou funcionalidades você esperaria de um aplicativo desse tipo?

23 respostas

ver o preço médio

Ver alguns preços e produtos, informações sobre o brechó, como chegar, etc

O tamanho das peças, a localização exata, a confiabilidade do pagamento

Talvez um portfólio de cada brechó, avaliações de pessoas que já visitaram.

talvez a localização com tempo de distância do lugar onde mora até o destino, indicações de roupas e de brechós de acordo com os seus gostos e coisas do tipo.

Mapa, localização

Filtro específico para brechós Plus size

Que recursos ou funcionalidades você esperaria de um aplicativo desse tipo?

23 respostas

Informações Relevantes (ao meu ver):

- Peças e preços
- Taxa de entrega (caso fosse um bazar online)
- Um espaço para dúvidas frequentes talvez? Sobre a loja ou o app
- Horário de funcionamento
- No caso de bazar: qual instituição está ajudando?
- Mostrar o mapa e nele onde estão localizadas as lojas (no caso de compra presencial)
- Formas de pagamento
- Um espaço para avaliação da loja caso alguém já tenha comprado algum produto. Pode ser sobre atendimento, sobre a própria qualidade da peça, se foi mantida ou "consertada" da forma certa e etc

endereços, informações, preços

Local, horário e dias de funcionamento, tipos de coisas que vende no brechô

Infos sobre o local, proximidade, etc

Todas as informações necessárias sobre os beijos, localização, qual tipo de itens vende e qual o estado, mídia de rede

Localização, dias dos bazares, temas do bazar, quem vai produzir e etc

Detalhes a fundo de brechôs/bazares na região, aplicativo com mecanismos práticos, faixa de preços

Brechôs próximos a minha localidade contendo informações importantes e com um mostruário de itens disponíveis no brechô.

localizacao, distancia que esta de mim

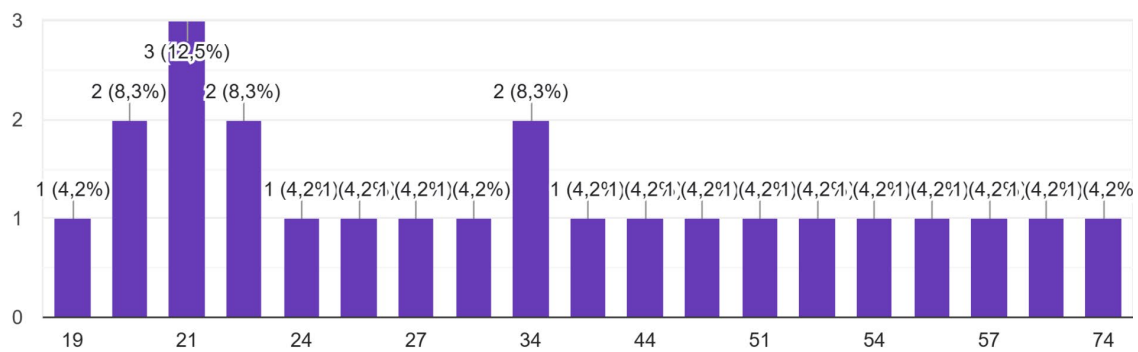
Mapa dos brechôs próximos, informações do local, categoria de produtos, preço médio

Localização, tipos de peças disponíveis, fotos do local e de algumas peças, se o bazar suporte alguma ong

APÊNDICE D – FORMULÁRIO DE PESQUISA DE PÚBLICO

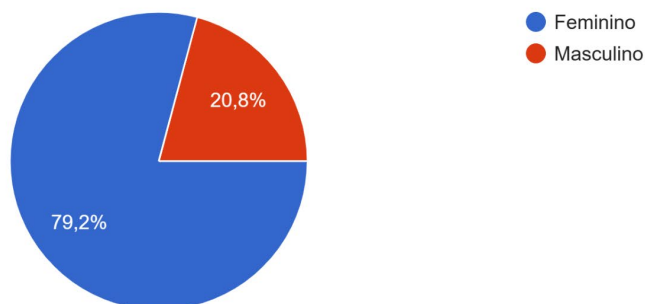
Idade

24 respostas



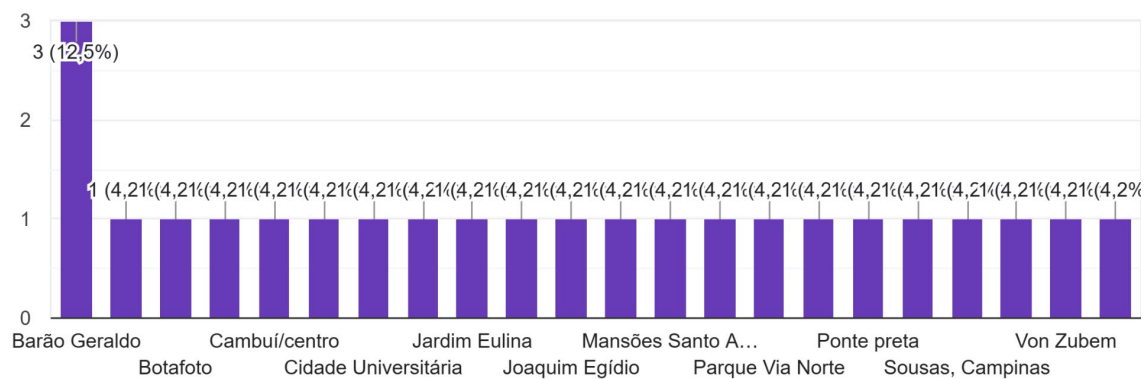
Gênero

24 respostas



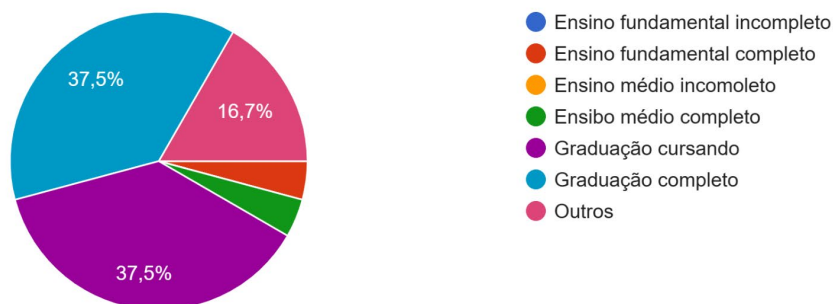
Em qual bairro de Campinas você reside? Se não for de Campinas, qual cidade mora?

24 respostas



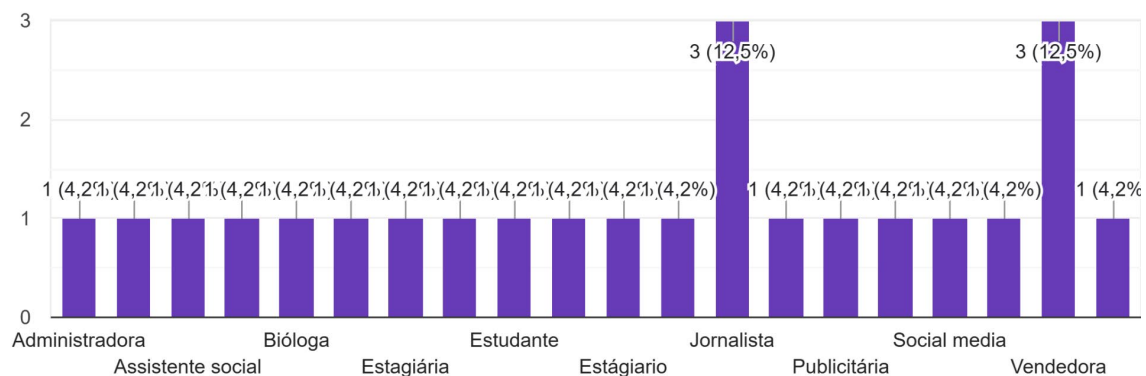
Formação educacional

24 respostas



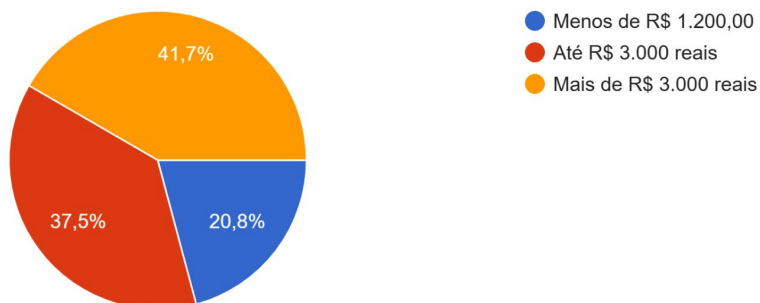
Qual a sua profissão?

24 respostas



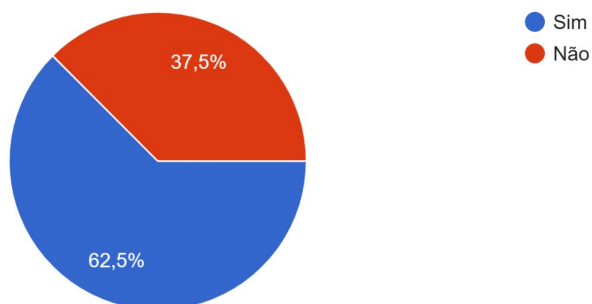
Faixa salarial

24 respostas



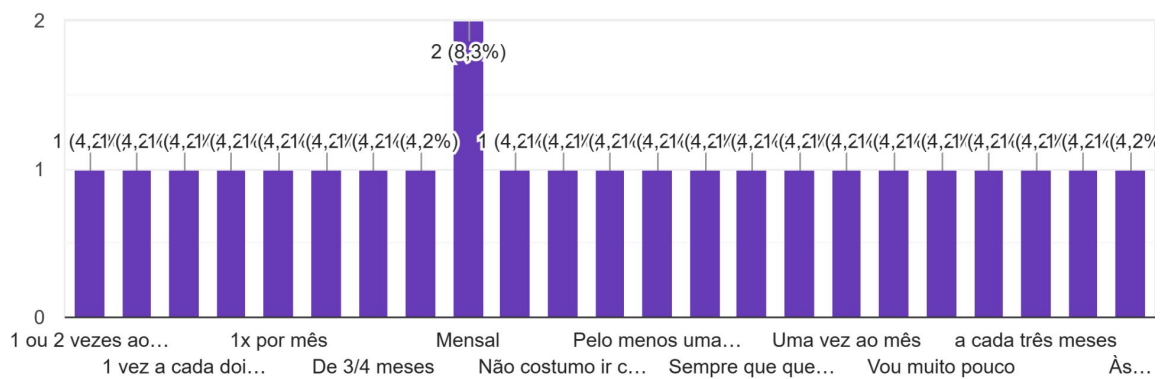
Possui o habito de frequentar bazares e brechós?

24 respostas



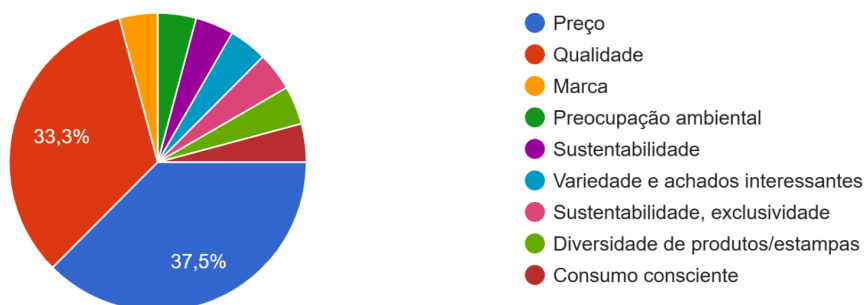
Se sim, com que frequência costuma ir?

24 respostas



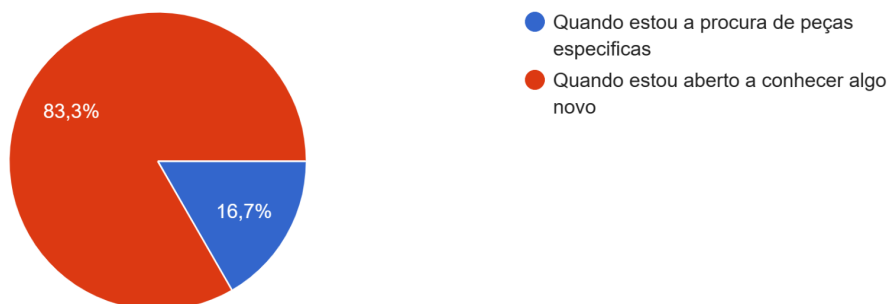
Quais fatores são mais importantes para você ao decidir onde fazer uma compra nos brechós?

24 respostas



Você tem o costume comprar mais itens em brechós quando já está em busca de peças específicas ou quando está aberto a descobrir algo novo?

24 respostas



Que tipo de experiência você procura ao fazer compras em brechós?

24 respostas

Pagar um valor melhor em peças de qualidade

roupas mais baratas

Procuro roupas femininas que vão durar bastante tempo, com qualidade e costumo passar horas no brechó procurando.

garimpar peças bonitas com preços acessíveis e boa qualidade

Garimpar o máximo e pegar uma peça daora em vários aspectos

Não tenho costume em ir em brechós, iria se tivesse algum com marcas de luxo.

Além de buscar o que procuro, achar boas oportunidades

Compras roupas que estou necessitando

Satisfação

Adquirir peças em bom estado com preço acessível

Encontrar peças únicas e inusitadas, que transponham modismos.

Roupa de qualidade com menor preço

Sustentabilidade

Buscar por peças interessantes

Ver o que agrada tanto a necessidade quanto preço

Encontrar algo diferente do que está no mercado das tendências

Encontrar um roupa/algo diferente

Custo benefício

Peças boas por preços mais acessíveis

Qualidade, marcas e valores acessíveis

Marcas boas com preços bons

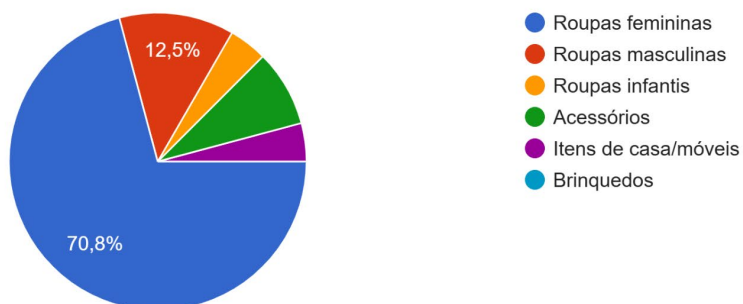
Fazer uma boa compra e ter uma interação agradável com as pessoas

Garimpar peças exclusivas

Roupas com um preço bom, e que estejam ainda com uma boa qualidade

Quais são os itens que você mais gosta de comprar em brechós?

24 respostas



Como você costuma encontrar os bazares e brechós que frequenta?

24 respostas

Pelo Instagram

pelo instagram

Conheci pela minha mãe ou por recomendação de amigas mesmo.

procuro andando na rua e no instagram

Andando a pé ou redes sociais

Em brechós on-line, tem muitas bolsas.

Amigos e redes sociais

Instagram

Indicação

Indicação de amigas, pesquisa Instagram

Indicação de amigos.

Andando pelas ruas

Roupas femininas

Busca internet e passeios aleatórios

Não

Na internet, ou andando pela cidade

A pé

Pesquisando no google, ou passando pela rua e vendo que ali tem um brechó

Indicação

Burguesinha e antigamente cresci (infantil)

Internet

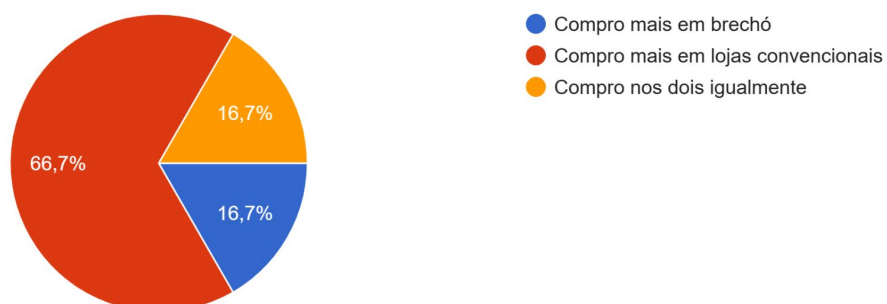
Online, grupos e as vezes presencial

Pela midia

Vejo pelo Instagram

Você equilibra suas compras entre brechós e lojas convencionais de varejo?

24 respostas



Você já teve experiências negativas ao comprar em brechós? Se sim, quais foram os problemas?

24 respostas

Não

Nunca tive

Não tive

Não

sim!! não achei meu tamanho

Acredito que dependa muito do brechó, por cada um ter um estilo diferente tanto de venda quanto de produtos.. Já comprei em brechós online e não tive 1 boa experiência porque a peça veio furada, mas isso pode ocorrer em qualquer compra não presencial. O preço também varia muito, mas é o mesmo com lojas convencionais.

problemas com tamanho e entrega

Nunca tive, é só olhar bem, peça zuada mesmo não passa pela triagem e daí é só ir caçar mesmo

Nunca comprei em brechó.

Não.

Sim. às vezes a qualidade não é tão boa. ou o produto que recebo é diferente

sim, não percebi que a blusa estava manchada, ou mal costurada

Por incrível que pareça Não

Sim, brechós com cheiro de coisa velha e roupas velhas sem condições de venderem.

Acho que não

Deixe aqui alguns bazares e brechós que conhece na cidade de Campinas! :)

18 respostas

Único Brechó e dig for fashion

dig for fashion, unico brechó

- Botirô Brechó (ia anos atrás)
- Único Brechó (ouvi falar pelas minhas amigas)
- Dig For Fashion Campinas

stuzs brecho
mia brecho
dig for fashion

De cara assim só lembro o Dig for fashion, não é a melhor opção mas já é bacana

Único e Peça rara

Desape.brechó e burguesinha

Bazar da Re

Único, Burguesinha

Cabrita Café e brechó, em Joaquim Egídio.

Via Brechó, Único, Peça Rara

Cabrita café, igrejas, centro da cidade e entorno

único brechó, peça rara, dig for fashion, bazar da rê, instituto padre haroldo

Bazar 22

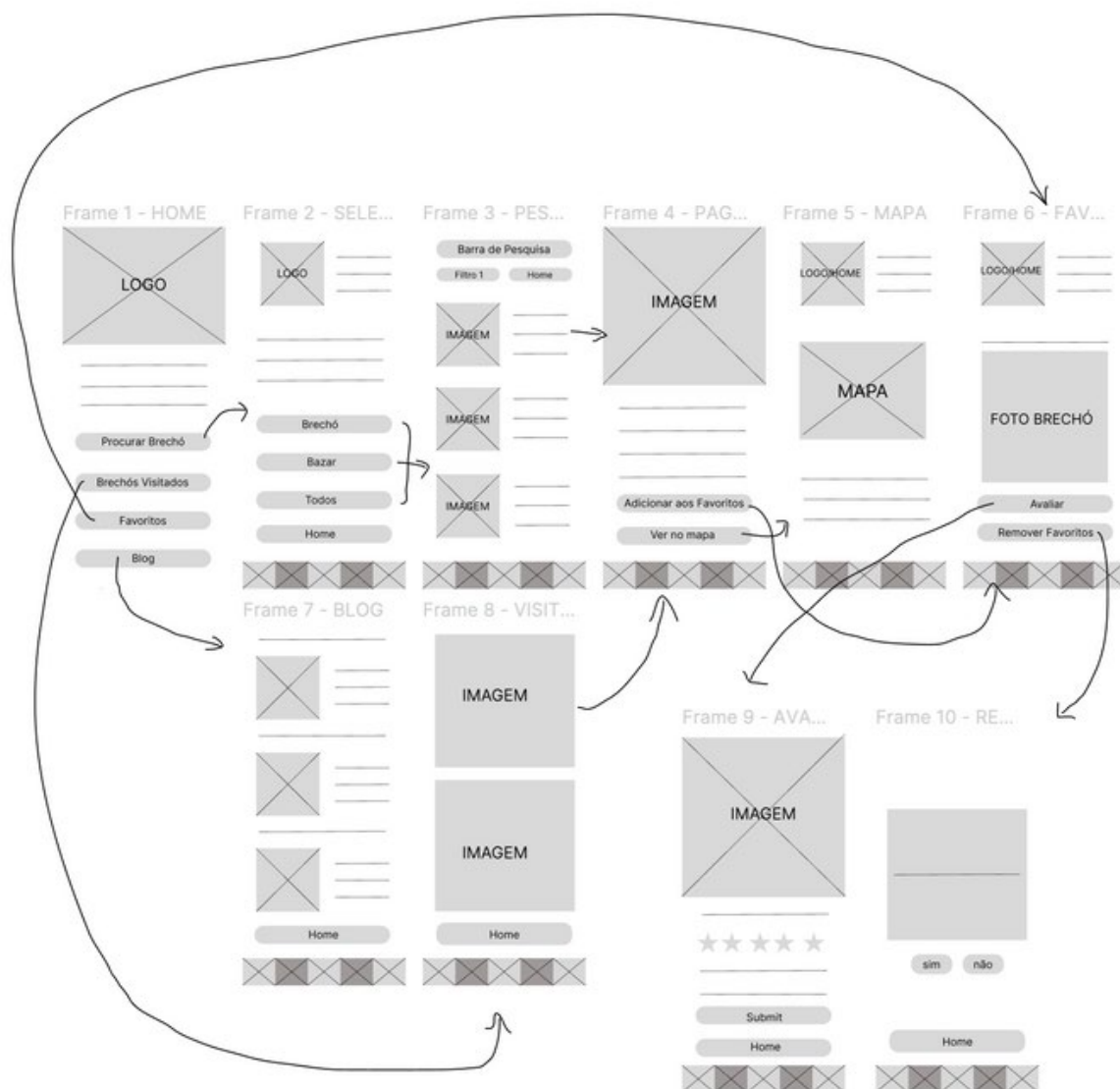
O do Sobrapar, e dois próximos a praça do coco

Burhuesinha, cresci

Único Brechó

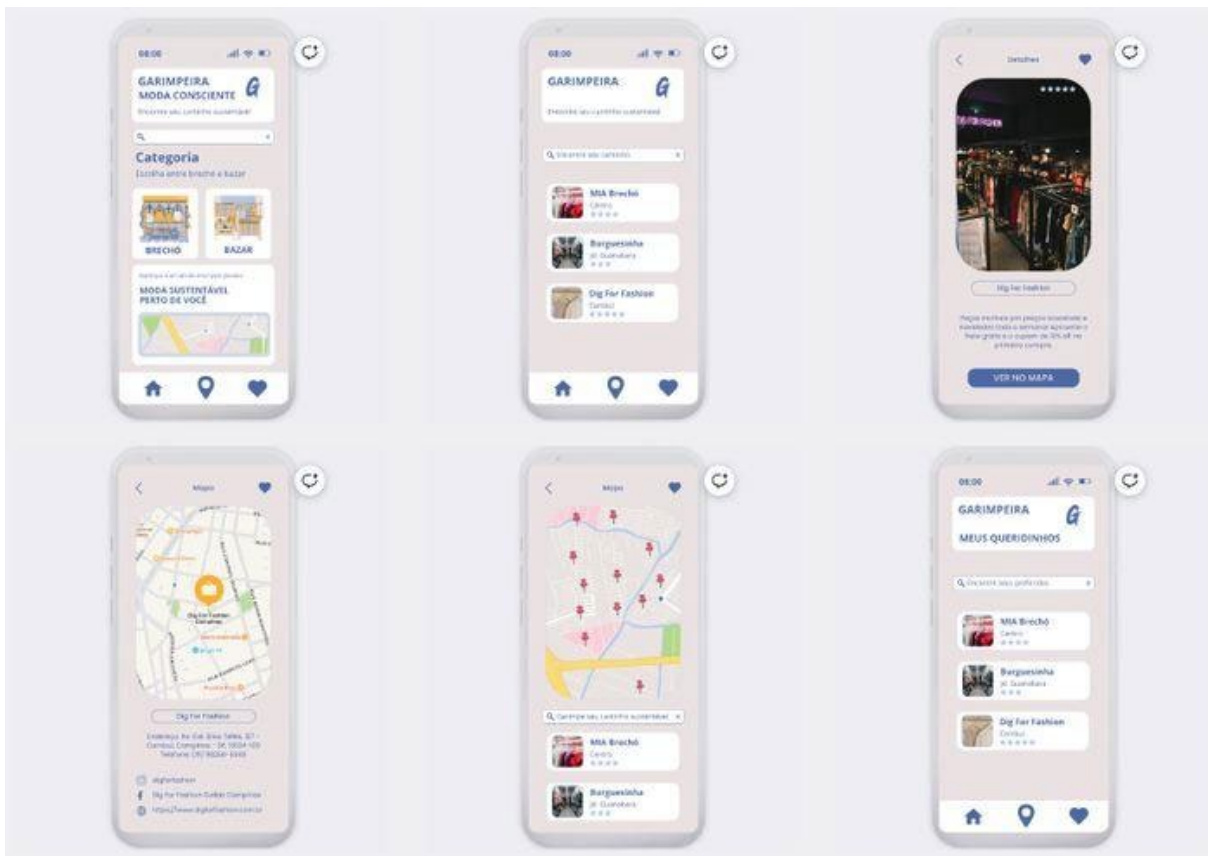
Tem muitos em Barão mas não sei o nome

APÊNDICE E – PROTÓTIPO DE BAIXA FIDELIDADE



APÊNDICE F – PROTÓTIPO DE BAIXA FIDELIDADE





APÊNDICE G – CRONOGRAMA DE POSTAGENS, COPYS E ARTES VISUAIS

CRONOGRAMA REDES SOCIAIS - GARIMPEIRA

Semana 1

08/11 - **Post apresentação** - Post único
(métricas para análise: comentário, compartilhamento)

Conheça o Garimpeira, seu app guia de Bazares e Brechós em Campinas! 📱🔍

Somos uma proposta de aplicativo idealizada por universitárias do curso de @midiasdigitaispucc da @puccampinas.

Temos como objetivo facilitar a busca por peças únicas, conectando exploradores locais a negócios sustentáveis. 🌍♻️

Já segue o perfil para ficar por dentro de nossas atualizações, dicas de moda sustentável e spoilers exclusivos do app! ✨💖

#brehocampinas #sustentabilidadecriativa #bazarcampinas #garimpobrecho #campinassp #modacircular #garimpofashion #garimpeira #brechozeira

Semana 2

13/11 - TOPO DE FUNIL - Educativo - **Os Benefícios da Moda Circular e a Missão do Garimpeira** - Carrossel
(métricas para análise: compartilhamento, comentários)

Você sabia que a Moda Circular pode revolucionar a indústria da moda?

♻️🌱 Comprar roupas de segunda mão é uma das formas de aderir à moda circular! Isso respeita o ciclo de vida do produto, já que aumenta consideravelmente seu tempo de vida útil.

Entre todas as vantagens, o item fica com valor ainda mais acessível, uma vez que é reutilizado. É um jeito simples de evitar os desperdícios e o descarte antecipado de um item



Nós do Garimpeira temos o objetivo de conectar você a negócios sustentáveis em Campinas e promover um estilo de vida mais consciente 💖🌱

#modacircular #modasustentável #campinassp #segundamao #bazarcampinas #brehocampinas #garimpofashion #economicircular

14/11 - TOPO DE FUNIL - Educativo - **Como se preparar para um dia de garimpo (checklist)** - Post único + capa
(métricas para análise: salvamento, comentário)

Que tal separar um tempinho para um garimpo? 😊 A checklist já está prontíssima. ✍️👉
Já salva o post para não perder essas dicas essenciais para uma experiência ainda mais incrível! 🔍❤️

O app Garimpeira mapeia para você bazares e brechós para explorar em Campinas. 📍

[#bazarcampinas](#) [#brechócampinas](#) [#garimpofashion](#) [#bazarbeneficente](#)

16/11 - TOPO DE FUNIL - Bandeira - **Consumo consciente (gancho Black Friday)** - Carrossel
(métricas para análise: compartilhamento, comentário, salvamento)

A Black Friday está chegando, e com ela as ofertas "irresistíveis"... 😞

Mas, será que você realmente precisa disso ou é só um desejo passageiro?

Saber distinguir entre necessidade e desejo é um papel crucial no consumo consciente. No Garimpeira, acreditamos na mágica do consumo responsável! ✂️♻️

Além de praticar o exercício de avaliação consciente, incentivamos você a explorar Brechós e Bazares locais em busca de peças únicas e sustentáveis ❤️

É uma maneira de encontrar peças especiais e, ao mesmo tempo, apoiar a economia local e reduzir o impacto ambiental 🍋

[#blackfriday](#) [#blackfriday2023](#) [#consumoconsciente](#) [#modacircular](#) [#blackfridaysustentável](#)
[#garimpo](#)

Semana 3

20/11 - TOPO DE FUNIL - Educativo - **Bazares beneficentes na Cidade Universitária** - Carrossel

Alô jovens universitários amantes do garimpo! Conheçam alguns bazares beneficentes do bairro da Cidade Universitária 🛍️📍

📍🗺️ Com o Garimpeira, você tem o mapa completo dos tesouros escondidos por Campinas, separados por região!

No app disponibilizamos todas as informações necessárias como endereço, dias e horários de funcionamento e meios de contato de cada estabelecimento.

Aproveita pra deixar aqui nos comentários seus Bazares e Brechós do coração 📌

#bazarbeneficente #bazarbeneficentecampinas #campinassp #garimpofashion

21/11 - **Vídeo de divulgação oficial** - Reels

(métricas para análise: compartilhamento, comentário, marcação)

+ STORY "Querem conhecer mais sobre o app?" - (Gancho para o post tutorial)

Você já se viu olhando pro guarda-roupa com aquela carinha de "nada para vestir" e a carteira dando aquela piscadinha de "pouco dinheiro"? 🤔💰🌱

Conheça o Garimpeira, seu aplicativo de guia de Bazares e Brechós em Campinas. 📱✨

- 🔍 Explore uma infinidade de opções de moda sustentável.
- 💡 Descubra tesouros escondidos em cada cantinho da cidade
- 🌱 Economize dinheiro e dê uma força aos negócios locais e causas sociais

A melhor roupa a uma rota do seu guarda-roupa! Já compartilha e marca um amigo que estava precisando dessa ajudinha 😊💕

👤 @eduardosp1

👤 @xulinha_04

Brechó ⇨ @porao.brecho_22

#consumoconsciente #brechocampinas #bazarcampinas #campinassp #modacircular #garimpeira #modasustentável #sustentabilidadecriativa #segundamao

22/11 - MEIO DE FUNIL - Informativo - **Um tutorial sobre como usar o aplicativo**

"Garimpeira" para encontrar brechós em Campinas - Reels

(métricas para análise: salvamento, comentário, DM)

Garimpar em Campinas nunca foi tão fácil 😊 Apresentamos a vocês oficialmente o desenvolvimento do projeto de aplicativo "Garimpeira"! 📌

📱 Temos como objetivo ser uma plataforma prática e de fácil uso, construída com base na empatia pelo consumidor. Na plataforma é possível ter acesso à lista completa de Bazares e Brechós na cidade de Campinas, com a possibilidade de filtrar por região.

📌 Além disso, todos os estabelecimentos constam informações como endereço, dias e horários de funcionamento, meios de contato, uma breve descrição e uma foto interna ou externa do local.

💜 Você também tem a opção de montar uma lista personalizada dos seus favoritos, terá acesso ao mapa geral mapa é interativo e clicável, essencial para usuários que preferem uma visão espacial e desejam explorar opções por região.

Já marca aquele amigo garimpeiro que assim como nós, sempre estão em busca de novas descobertas e peças únicas 🍀

#brehocampinas #sustentabilidadecriativa #bazarcampinas #garimpobrecho #campinassp
#modacircular #garimpofashion #garimpeira #consumoconsciente #modasustentável
#segundamao

23/11 - TOPO DE FUNIL - Educativo - **Diferença entre Bazar X Brechó** - Carrossel
(métricas para análise: compartilhamento, comentários, marcação)

Ué, mas não é tudo a mesma coisa? 😊

É muito comum entenderem esses termos como sinônimos, por isso viemos explicar um pouquinho mais sobre cada um, passa pro lado! ➡

Independente da sua preferência de garimpo, ambos são meios que promovem um consumo mais consciente ♻️👕

No app Garimpeira, na busca por lugares para garimpar, é possível filtrar entre Bazares ou Brechós, e mostrará resultados de acordo com a sua escolha 📱✅

Você já sabia dessa diferença? Conta pra gente qual é a sua preferência de lugar na hora de garimpar 🗨️

#bazarbrechó #bazarbeneficente #modacircular #brehocampinas #consumoconsciente

TIKTOK

- Vídeo de divulgação oficial 21/11
- Tutorial de como usar o app 22/11
- Carrossel - Bazares beneficentes na Cidade Universitária 23/11
- Carrossel - Diferenças entre Bazar x Brechó 24/11
- Video Bastidores 24/11

garimpeira
 Moda Circular
 O que é?
 benefícios
 Bazar e Brechó
 app Garimpeira

Reutilizar é cuidar.
 O Garimpeira conecta exploradores locais à moda e brechó em Campinas.
 Uma maneira prática e eficaz de contribuir para um mundo mais sustentável.

garimpeira
 Ao utilizar materiais reciclados e reaproveitar roupas, estamos **preservando** nossos preciosos recursos.
 Temos produção de tecidos novos a partir de **menos resíduos de gases**, de ar mais estável e **menor poluição** no ar.
 Ao incentivar a troca e o compartilhamento de roupas, estamos obtendo **segurança para o ambiente** e permitindo que todos tenham acesso a produtos de qualidade.
 Compartilhe roupas em segunda mão, isso **economiza dinheiro** para todos e contribui para um **ambiente mais sustentável**.

garimpeira
 A moda circular é uma abordagem inovadora no indústria da moda que visa reduzir o desperdício de recursos, prolongar a vida útil das roupas e minimizar o impacto ambiental.
 Essas práticas promovem estilos sustentáveis em todos os níveis, desde a produção até o descarte, visando reduzir o desperdício e a poluição ambiental.

garimpeira
Como se preparar para um dia de garimpo

CHECKLIST DIA DE GARIMPO
 SER SEMPRE CONFIANTE
 NÃO BRIGAR COM O SEU PROBLEMA
 SER BASTANTE
 NÃO TER MEDOS
 NÃO TER A NECESSIDADE DE TER UM CARRO, CASA, BOM TRABALHO

garimpeira

BLACK FRIDAY
 NECESSIDADES VS DESEJOS

garimpeira
Desjeitos são aqueles materiais por conta dos quais o meio ambiente sofre **degradação momentânea**, não são **essenciais** para nossa existência.
 No contexto de Consumo Consciente, a definição de **"necessidade"** pode se estender para além das coisas essenciais para a sobrevivência (alimentos, água, abrigo e cuidados de saúde).
Desjeitos não são necessários e podem ser evitados por meio de práticas sustentáveis e conscientes em sua rotina de vida e trabalho.

Uma parte essencial do Consumo Consciente é evitar os produtos de alta qualidade que tenham uma vida útil longa.
 Dessa forma, você pode evitar a necessidade de substituições frequentes, reduzindo o desperdício e o impacto ambiental a longo prazo.
 Levar sempre em consideração a **funcionalidade e a utilidade** das produções ou serviços em relação ao seu **estilo de vida**. De um lado, um serviço oferece a **necessidade** real e pode ser considerado uma **"necessidade"** em um contexto de consumo consciente.

INSTITUTO 20 MIL AMIGOS
 O Instituto 20 Mil Amigos trabalha em todo o Brasil com o objetivo de promover a **educação ambiental** e a **conscientização** dos cidadãos.
 O trabalho do Instituto é realizado por meio de **atividades educativas**, **workshops** e **atividades de conscientização**.

BAZAR SOBRAPAR
 Desde 1979, o Instituto Sobrapar trabalha em prol da **educação ambiental** e da **conscientização** dos cidadãos.
 O trabalho do Instituto é realizado por meio de **atividades educativas**, **workshops** e **atividades de conscientização**.

LAR DA CRIANÇA FELIZ
 Desde 1979, o Instituto Sobrapar trabalha em prol da **educação ambiental** e da **conscientização** dos cidadãos.
 O trabalho do Instituto é realizado por meio de **atividades educativas**, **workshops** e **atividades de conscientização**.

Com o Garimpeira é possível ter uma experiência ainda mais completa!

garimpeira
 Você sabia que existem diferenças entre Bazar e Brechó?

BAZAR
 • São **ajudas financeiras** a algum tipo de instituição (ONGs, grupos, comunidades etc.)
 • As peças são doadas e muitas vezes **beneficentes (sem fim lucrativo)**
 • As peças disponíveis são provenientes de **doações**
 • Não há nenhum tipo de curadoria/organização/leilão das peças
 • Os preços são geralmente mais **acessíveis** (costumam encontrar peças de R\$100 ou menos)
 • Administrado por **voluntários** engajados na causa
 • Podem ser **físicos ou online**

BRECHÓ
 • É um negócio (empresa) como qualquer outro, com **fins lucrativos**. Funcionam como lojas de revenda de roupas e acessórios usados.
 • Todas as peças passam por um **processo de curadoria**, incluindo limpeza, reparos, organização e se necessário, repasse.
 • Os preços tendem a ser um pouco mais elevados em comparação com os bazares, devido ao **valor agregado** pelo trabalho dedicado do processo de curadoria.
 • Podem ser **físicos ou online**

APÊNDICE H – ROTEIRO DO MATERIAL DE AUDIOVISUAL

A GARIMPEIRA

Written by

EDUARDO PEREIRA

Based on, If Any

Address
Phone Number

INT. CASA MILENA - DIA

JULIA, uma menina de 22 anos, que aparenta estar feliz, vestindo um conjunto de roupas de cor neutras e claras, está deitada na cama mexendo no celular.

Uma notificação aparece flutuando onde podemos ler "eae amiga, já preparou teu look pro fim de semana?". Julia demonstra indecisão olhando para o celular.

Ela levanta da cama e vai até o armário, onde procura entre as roupas e não encontra nada.

Uma notificação aparece na tela, com um texto escrito "um novo bazar em sua região foi adicionado à "A Garimpeira"".

Julia abre o app.

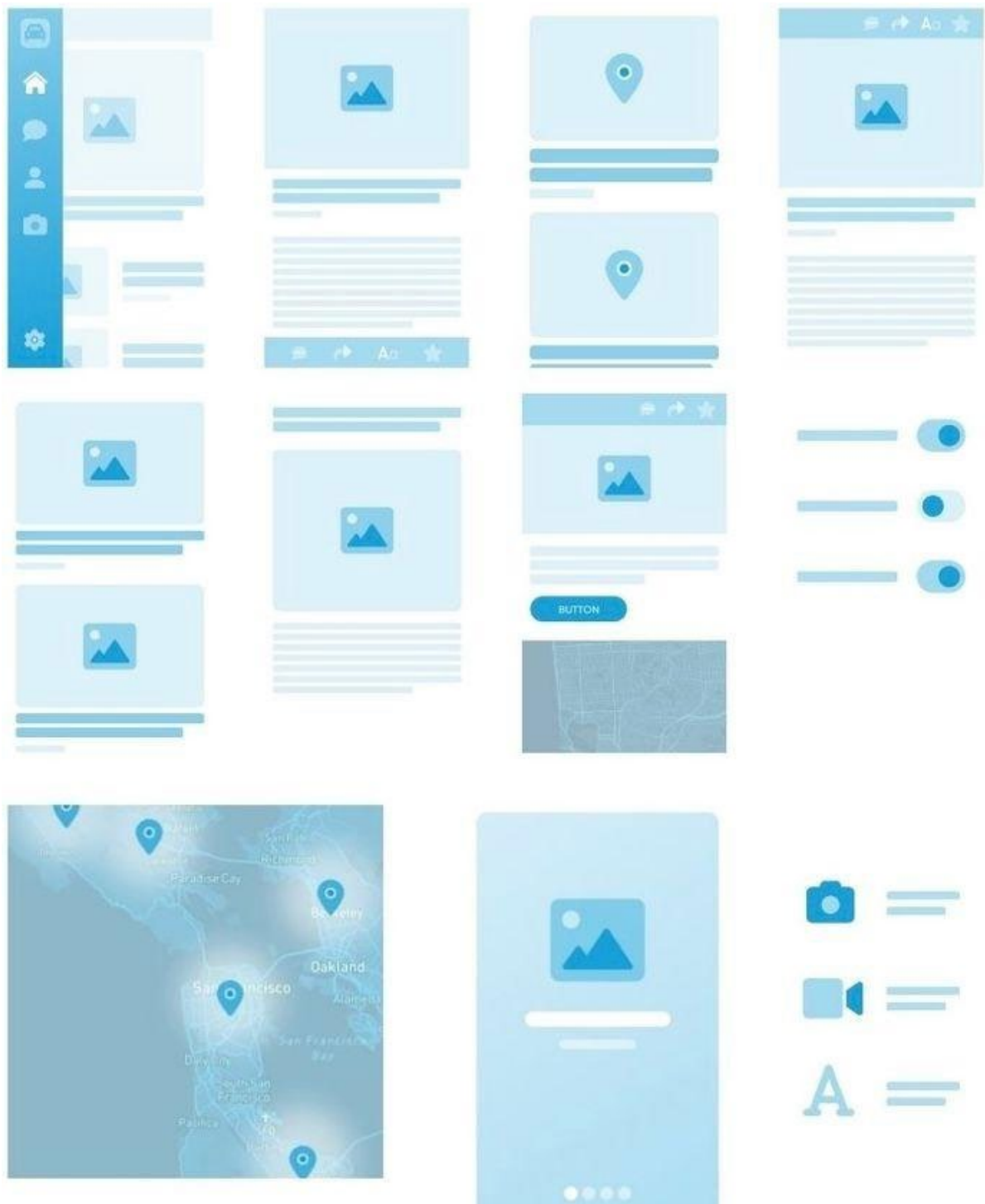
PREVIEW APLICATIVO TELA 2D

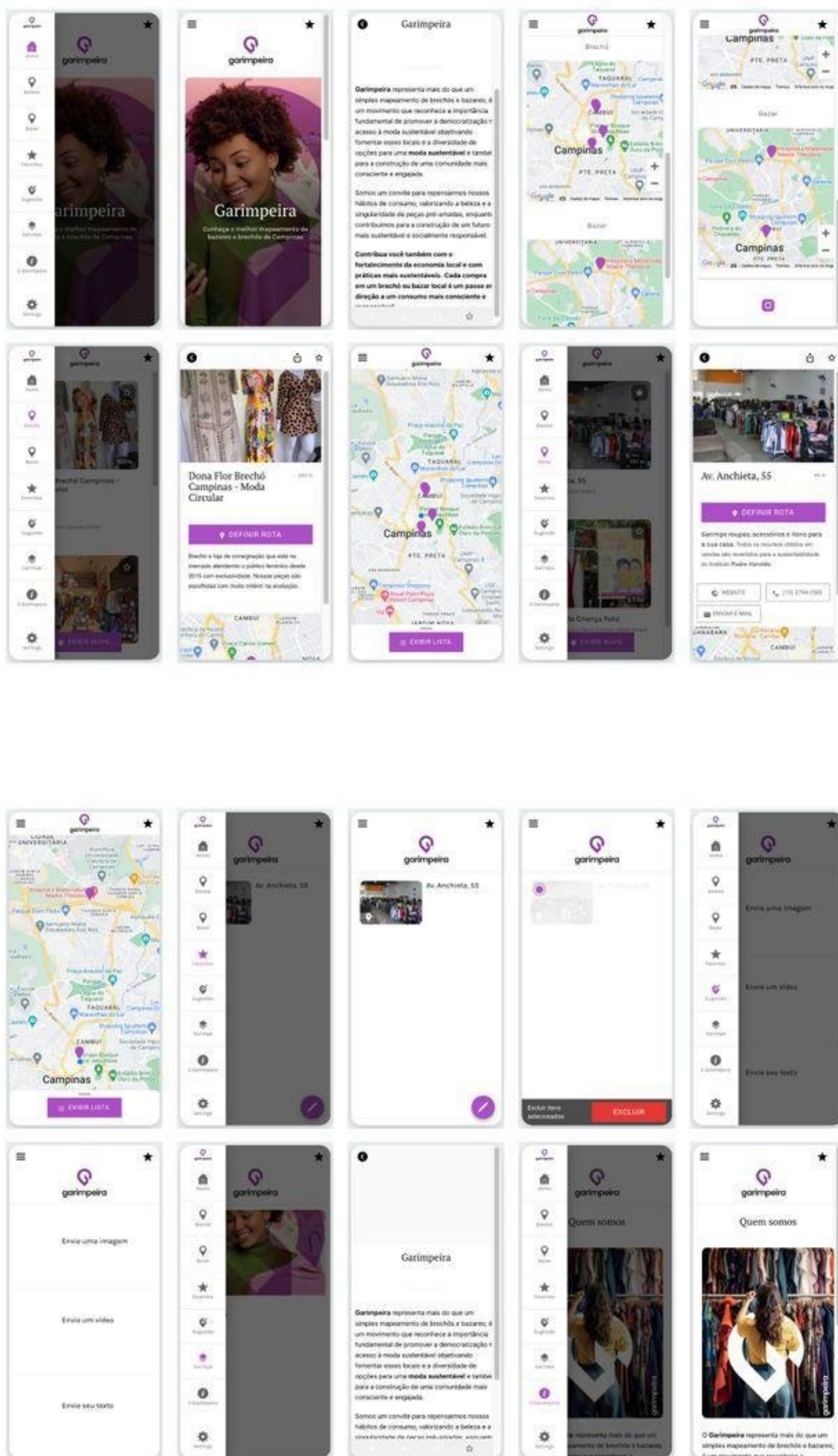
EXT. RUA BRECHÓ - DIA

JULIA entra em quadro, vemos a fachada de um brechó, ela entra no brechó.

FADE OUT.

APÊNDICE I – PROTÓTIPO FINAL





APÊNDICE J – MENSAGEM DO INSTAGRAM 01




APÊNDICE K – MENSAGEM DO INSTAGRAM 02

**CLUBRE**

Online agora

Ver perfil

11:28



Olá! Parabéns pela iniciativa! Somos o Clube, serviços para brechós. Possuímos uma lista de bazares beneficentes em Campinas e região e gostaríamos de oferecer-lhes sem custo. Haveria interesse? Basta informar-nos um e-mail.

Relação de bazares beneficentes em Campinas Caixa de entrada x**ex-libris@bol.com.br** <ex-libris@bol.com.br>
para mim ▾ 13:58 (há 2 horas)

Olá!

Enviamos em anexo a relação de bazares beneficentes que conhecemos para que façam bom proveito dando publicidade a essas instituições. Contem conosco para futuras ações em prol dos brechós!

Elaine Aquino

Clubre

www.clubre.com.br

APÊNDICE J – INSIGHT VIA META BUSINESS SUITE (ALCANCE EM 22/11/2023)

Alcance

Alcance no Facebook ⓘ

2 ↑ 100%



Alcance do Instagram ⓘ

1.054 ↑ 100%

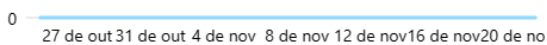


APÊNDICE K – INSIGHT VIA META BUSINESS SUITE (VISITAS EM 22/11/2023)

Visitas

Visitas ao Facebook ⓘ

0 0%



Visitas ao perfil do Instagram ⓘ

155 ↑ 100%

