

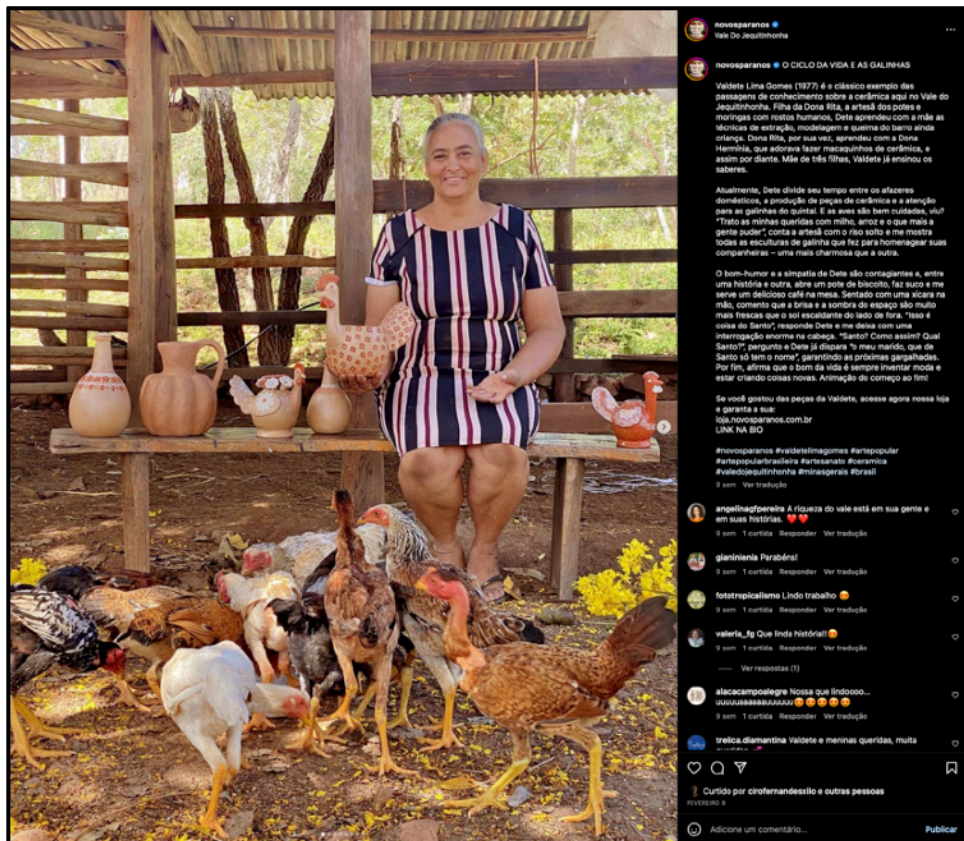
8. LOJAS VIRTUAIS DO INSTAGRAM

8.1. Tipologias de postagens

As tipologias de postagem se referem a análise das diferentes formas de publicações nas redes sociais. Essas tipologias podem variar de acordo com o objetivo da postagem, o público-alvo, o tipo de conteúdo e a plataforma utilizada. A categorização das tipologias de postagens é importante porque ajuda a compreender as estratégias de comunicação utilizadas pelas empresas e influenciadores nas redes sociais. A partir dessa categorização, é possível identificar quais tipos de postagens geram maior engajamento, interação e conversão, além de possibilitar a análise do comportamento dos seguidores e consumidores diante das diferentes abordagens.

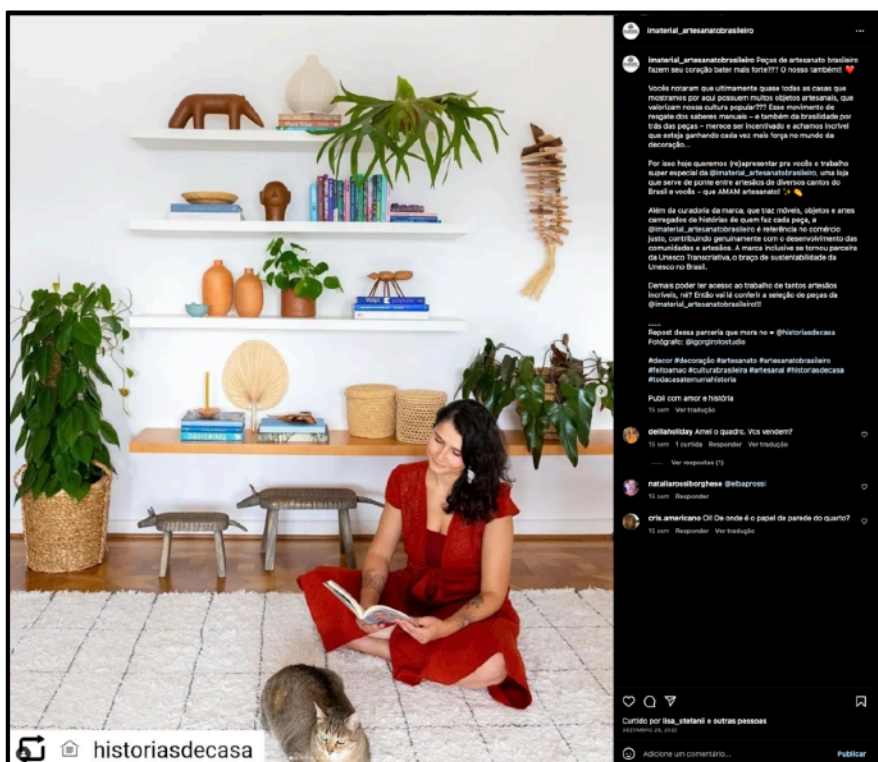
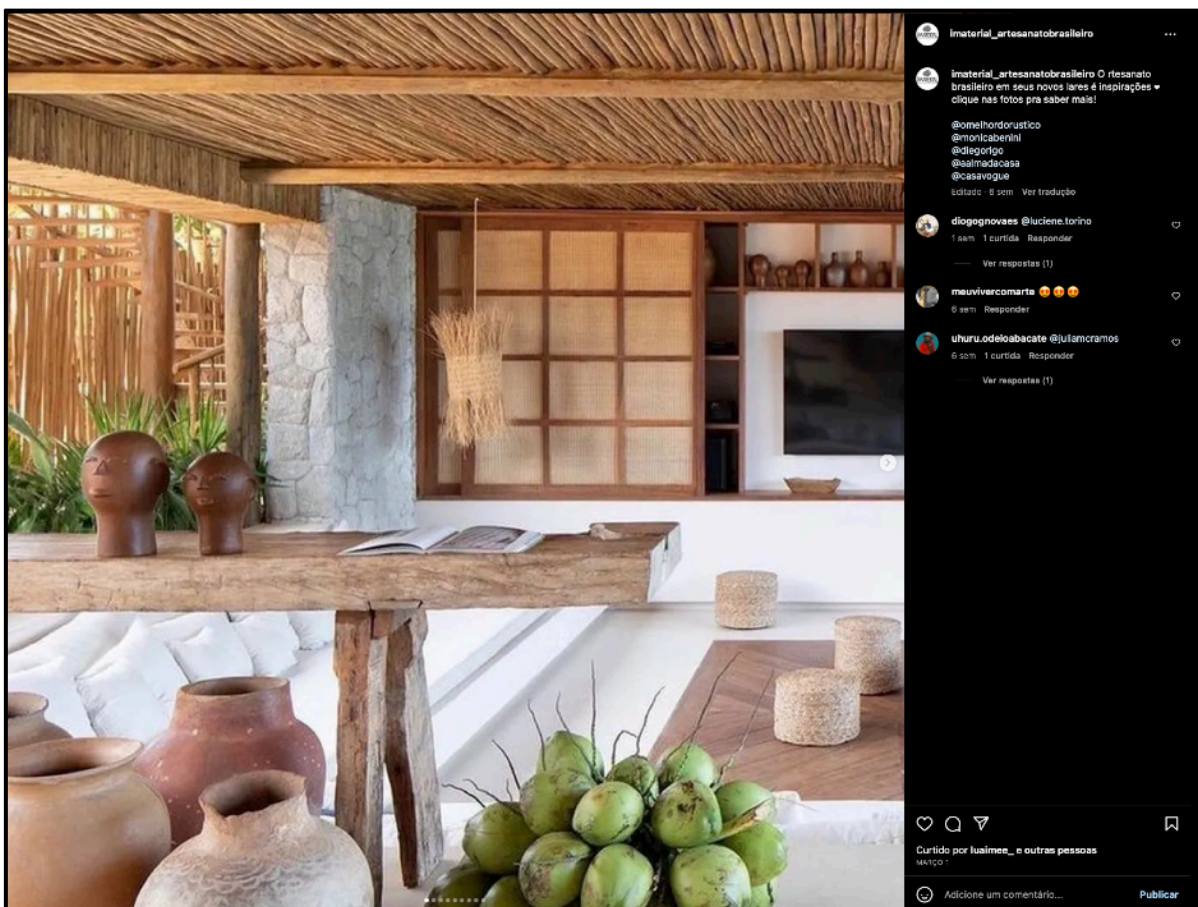
A O ARTESÃO DENTRO DE SEU UNIVERSO SOCIAL





As postagens do artesãos em seus ambientes produtivos enfatiza o caráter cultural e regional das peças, além de corroborar a narrativa de descoberta e de preço justo adotados por algumas empresas.

B ARTESANATO COMO DECORAÇÃO CONTEMPORÂNEA



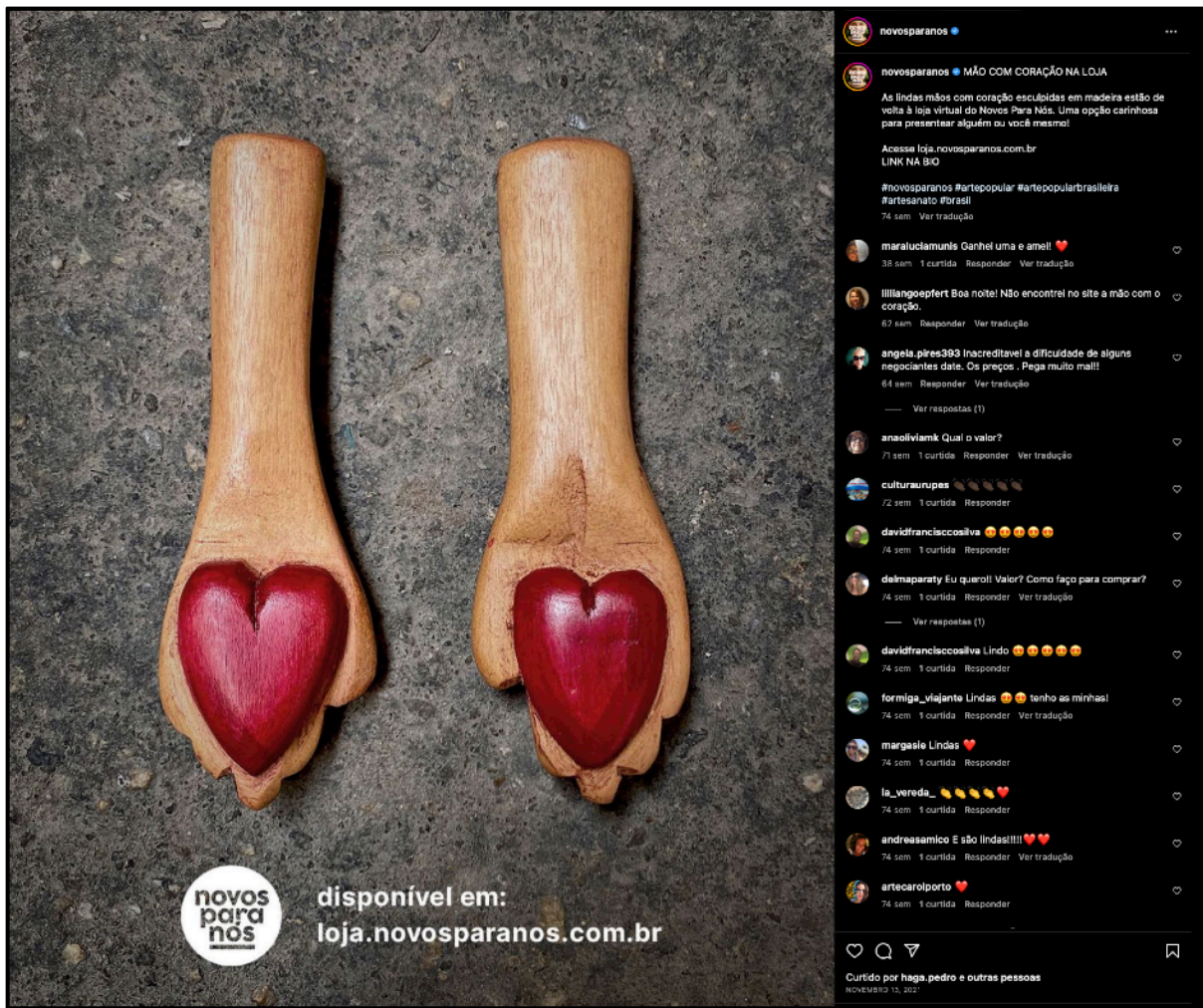
As imagens das peças são utilizada para mostrar aos compradores o potencial estético da peça na decoração dos ambientes.

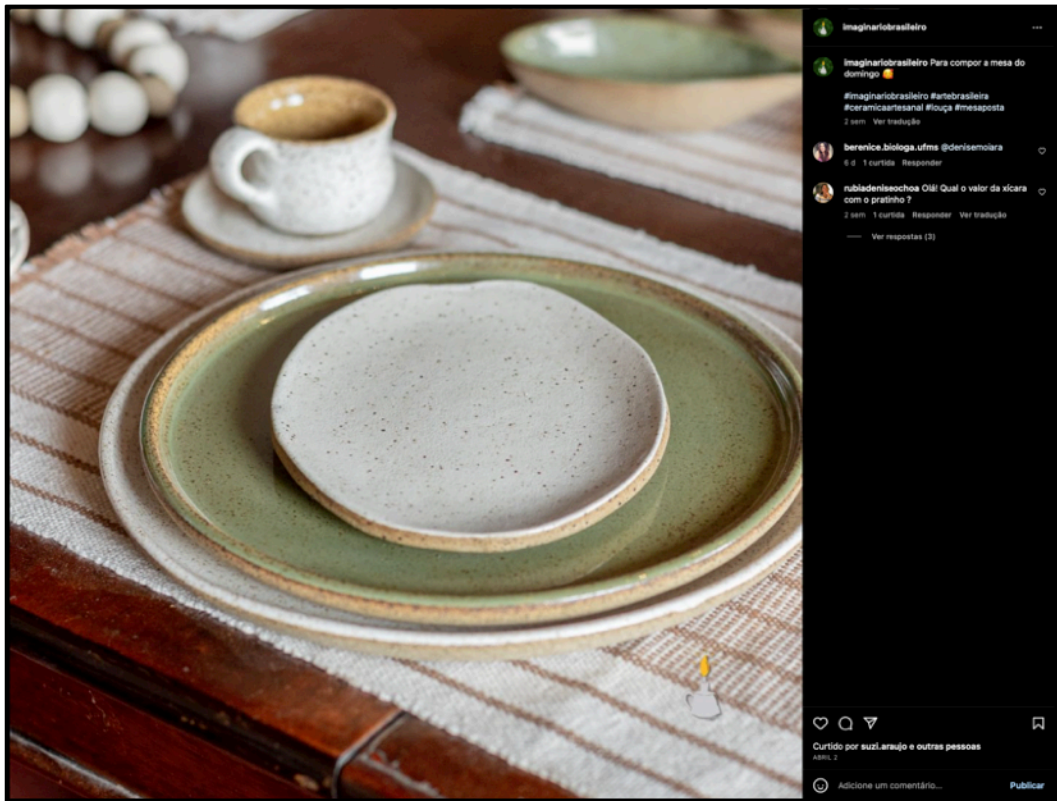
C ARTESANATO COMO ARTE POPULAR



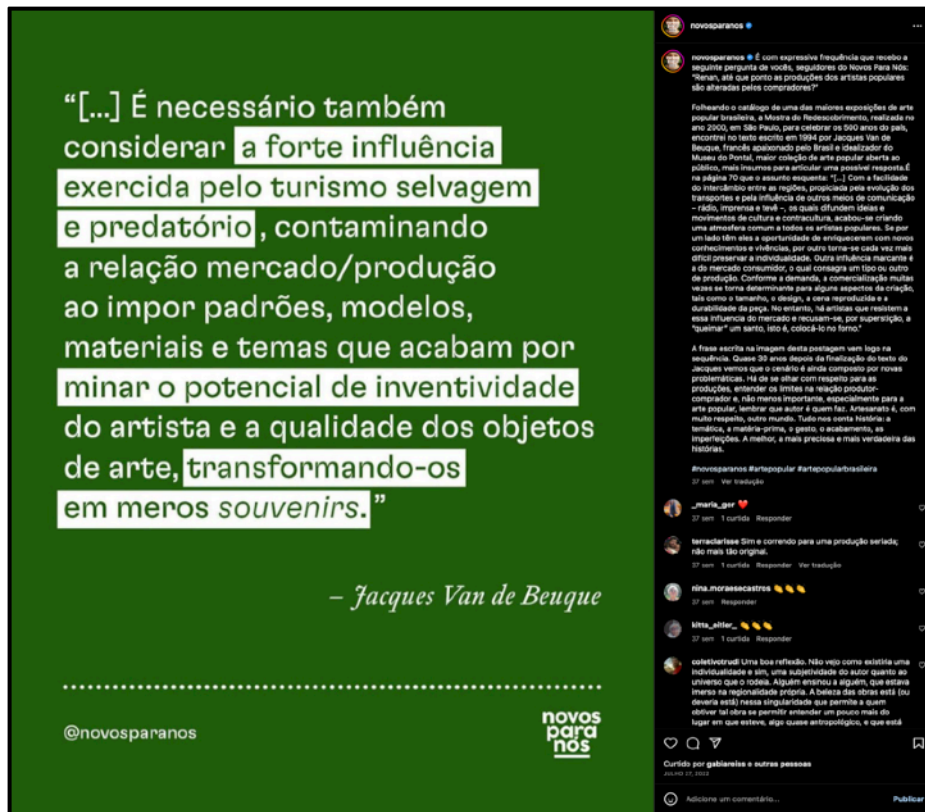
Imagens de peças em exposições é uma maneira de justificar a narrativa do valor imaterial e cultural das peças.

D FOTOS DAS PEÇAS





As imagens das peça de boa qualidade e indicando o uso das mesmas na decoração.



Postagens que apresentam as diretrizes que orientam a comercialização do artesanato das lojas

8.2. Conteúdos discursivos: narrativas orientadoras

Conteúdos discursivos se referem-se as mensagens ou informações transmitidas por meio de linguagem verbal ou escrita, como textos, legendas de fotos, comentários e outros tipos de postagens em mídias sociais. Esses conteúdos são importantes porque, além de transmitir informações, também podem influenciar a opinião e as atitudes do público em relação à marca ou produto. Nesse sentido, por meio da análise dos conteúdos discursivos, é possível identificar os temas e assuntos que representam as expectativas e desejos dos consumidores em relação aos artesanato e que geram maior engajamento com as lojas.

Preço justo	É o valor justo e equilibrado para a produção artesanal, levando em consideração tanto os custos de produção e comercialização quanto o valor agregado ao produto e a valorização do trabalho do artesão.
Visibilidade ao artesão	Promover e divulgar o trabalho dos artesãos, seus produtos e suas técnicas, a fim de valorizá-los e contribuir para a geração de renda e o desenvolvimento sustentável das comunidades envolvidas na produção artesanal.
Foco em pessoas e comunidades em situação de fragilidade	Comercializar produtos de grupos de artesãos que enfrentam dificuldades socioeconômicas, culturais e políticas, que afetam a qualidade de vida e bem-estar.
Valorização do universo cultural do artesão	Reconhecimento e apreciação da riqueza cultural presente nas técnicas, materiais, tradições e histórias por trás da produção artesanal, promovendo a preservação e difusão do patrimônio cultural.

Técnicas tradicionais	Referem-se aos métodos de produção artesanal que foram passados de geração em geração, muitas vezes por comunidades específicas, e que são valorizados por sua autenticidade e história cultural.
Sustentabilidade ambiental	Produzir e comercializar artesanato de forma a minimizar os impactos ambientais, promovendo o uso consciente de recursos naturais, redução de resíduos e adoção de práticas sustentáveis ao longo do processo produtivo.
Narrativa de descoberta	Contar a história da descoberta do artesão, bem como a história do artesão, suas técnicas e cultura, visando destacar a autenticidade e o valor cultural dos produtos

8.3 Entrevistas em profundidade

A entrevista em profundidade é uma técnica de pesquisa qualitativa que consiste em uma conversa individual entre um pesquisador e um participante, com o objetivo de obter informações detalhadas e aprofundadas sobre um determinado assunto. É uma técnica que permite explorar as experiências, percepções, valores e comportamentos do entrevistado de maneira profunda e rica.

Durante a condução da pesquisa, foram selecionadas cinco lojas de artesanato e arte popular, com perfis no *Instagram* com um número significativo de seguidores (mais de 80 mil seguidores), para a realização das entrevistas em profundidade. No entanto, apenas uma empresa aceitou o convite para a entrevista.

Narrativa como argumenta do venda	A apresentação do contexto cultural e social das peças e dos artesãos ou comunidade que as fabricam é um elemento importante para a venda e comunicação dos artesanatos. É o que captura a atenção e a curiosidade dos consumidores.
--	--