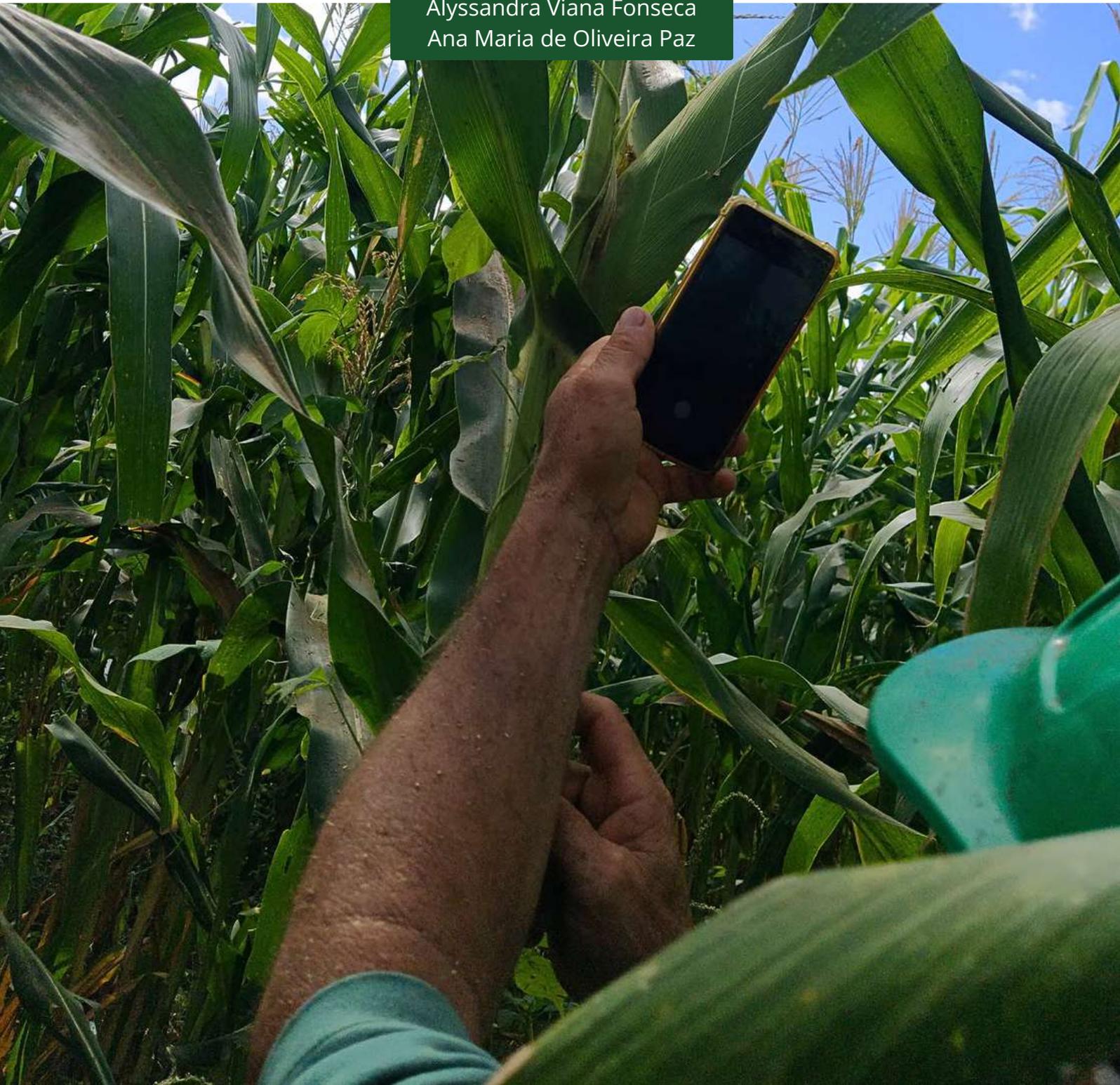


UFRN - PPgEL - COMFA

E-COMMERCE NA ZONA RURAL

Cartilha sobre a divulgação e a comercialização
de produtos agrícolas em meio digital



Alyssandra Viana Fonseca
Ana Maria de Oliveira Paz

**Alyssandra Viana Fonseca
Ana Maria de Oliveira Paz
(Organizadoras)**

E-commerce na zona rural
**Cartilha sobre a divulgação e a comercialização de
produtos agrícolas em meio digital**

Copyright © Autoras e autores

Todos os direitos garantidos. Qualquer parte desta obra pode ser reproduzida, transmitida ou arquivada desde que levados em conta os direitos das autoras e dos autores.

Alyssandra Viana Fonseca; Ana Maria de Oliveira Paz [Orgs.]

E-commerce na zona rural. Cartilha sobre a divulgação e a comercialização de produtos agrícolas em meio digital. São Carlos: Pedro & João Editores, 2024. 97p. 21 x 29,7 cm.

ISBN: 978-65-265-1093-3 [Digital]

1. E-commerce. 2. Recursos digitais. 3. Redes sociais. 4. Transações bancárias. I. Título.

CDD – 370

Capa: Alyssandra Viana Fonseca

Ficha Catalográfica: Hélio Márcio Pajeú – CRB - 8-8828

Revisão: Maria Aparecida da Costa Campos

Diagramação: Alyssandra Viana Fonseca

Editores: Pedro Amaro de Moura Brito & João Rodrigo de Moura Brito

Conselho Editorial da Pedro & João Editores:

Augusto Ponzio (Bari/Itália); João Wanderley Geraldi (Unicamp/Brasil); Hélio Márcio Pajeú (UFPE/Brasil); Maria Isabel de Moura (UFSCar/Brasil); Maria da Piedade Resende da Costa (UFSCar/Brasil); Valdemir Miotello (UFSCar/Brasil); Ana Cláudia Bortolozzi (UNESP/Bauru/Brasil); Mariangela Lima de Almeida (UFES/Brasil); José Kuiava (UNIOESTE/Brasil); Marisol Barenco de Mello (UFF/Brasil); Camila Caracelli Scherma (UFFS/Brasil); Luís Fernando Soares Zuin (USP/Brasil); Ana Patrícia da Silva (UERJ/Brasil).



Pedro & João Editores

www.pedroejoaoeditores.com.br

13568-878 – São Carlos – SP

2024

Apresentação

Esta cartilha foi criada em parceria com a Cooperativa Mista da Agricultura Familiar de Acari e Adjacências (COMFA) (pessoa jurídica), a partir das atividades e discussões realizadas em um curso de extensão[1], ministrado com o objetivo de ampliar e aprimorar os usos de recursos digitais e de ferramentas disponíveis nas mídias para a divulgação de produtos rurais.

Através de *oficinas de letramento digital*, o referido curso também contemplou questões voltadas à comercialização de produtos em meio eletrônico. Em seu desenvolvimento, observamos a pouca experiência dos(as) agricultores(as) cooperados(as) no trato das atividades envolvendo práticas de letramento digital, dificultando, por vezes, a realização destas com autonomia e segurança.

É a partir dessa problemática que se justifica a elaboração do presente material, haja vista que tem a potencialidade de auxiliar cooperativas, empresas rurais e agricultores familiares autônomos em suas atividades laborais digitais.

Por esse motivo, ressaltamos que este material tem caráter técnico-instrucional, lançado com o propósito de fornecer ao público-alvo o passo a passo detalhado para a realização de atividades de divulgação de produtos e a sua comercialização em ambientes virtuais.

A linguagem utilizada, nesse sentido, segue a norma culta padrão da língua portuguesa, mas em baixo grau de formalidade, abordando os conteúdos de forma clara e objetiva, sem lançar mão de uma revisão bibliográfica ou de discussões aprofundadas acerca do *e-commerce* na zona rural.

Todos os tutoriais aqui apresentados orientam como elaborar as atividades de divulgação e comercialização por meio de aparelhos celulares com acesso à internet, por se tratar de um recurso disponível para grande parte da população hoje em dia, oferecendo facilidade de uso em qualquer lugar.

Ressaltamos, finalmente, que não visamos obter lucros financeiros com a publicação e a distribuição desta obra. Ademais, não recebemos qualquer auxílio/remuneração para a divulgação de aplicativos ou das instituições bancárias elencadas. A escolha levou em conta a gratuidade das múltiplas ferramentas disponíveis nos recursos e redes sociais, além da presença física e virtual, na cidade sede da COMFA, dos bancos aqui citados, o que justifica o uso de tais serviços pelos(as) cooperados(as).

[1] O curso foi fruto de uma pesquisa de mestrado vinculada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. A pesquisa foi aceita para desenvolvimento em 03/08/2022 pelo Comitê de Ética em Pesquisa da referida instituição (CEP/UFRN) sob o Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE) de número 59703122.4.0000.5537.

Sumário

1	Introdução	06
2	Comércio digital, <i>marketing</i> e estratégias de vendas	07
3	Recursos digitais gratuitos para elaboração de <i>posts</i>	15
3.1	Canva	15
3.1.1	Como elaborar um <i>post</i> para <i>feed</i> ou <i>story</i>	15
4	Ferramentas digitais de redes sociais	23
4.1	Instagram	23
4.1.1	Como publicar em <i>post</i> no <i>feed</i>	23
4.1.2	Como divulgar <i>post</i> de <i>feed</i> em <i>story</i>	27
4.1.3	Como curtir e responder comentários	29
4.1.4	Como responder mensagens ou iniciar conversas via <i>direct</i>	29
4.1.5	Como publicar um <i>post</i> no <i>story</i>	31
4.1.6	Como incluir <i>story</i> em destaque	51
4.1.7	Como verificar os visualizadores de um <i>story</i>	53
4.1.8	Como alterar o tipo de perfil (de pessoal para profissional)	54
4.1.9	Como visualizar o engajamento do perfil e de publicações específicas	57
4.1.10	Como publicar um vídeo no <i>reel</i>	59
4.2	WhatsApp	62
4.2.1	Como publicar fotos e vídeos no <i>status</i>	62
4.2.2	Como verificar os visualizadores de um <i>status</i>	66
5	Transações bancárias	67
5.1	Banco do Brasil	67
5.1.1	Como realizar Pix por <i>QR Code</i>	68
5.1.2	Como realizar Pix por inserção de chave	71
5.1.3	Como cadastrar uma chave Pix	74
5.1.4	Pagamento por boleto/por código de barras	76
5.2	Nubank	79
5.2.1	Como realizar Pix por inserção de chave	79
5.2.2	Como realizar Pix por <i>QR Code</i>	83
5.2.3	Como pagar boleto por código de barras	85
5.2.4	Como cadastrar uma chave Pix	87

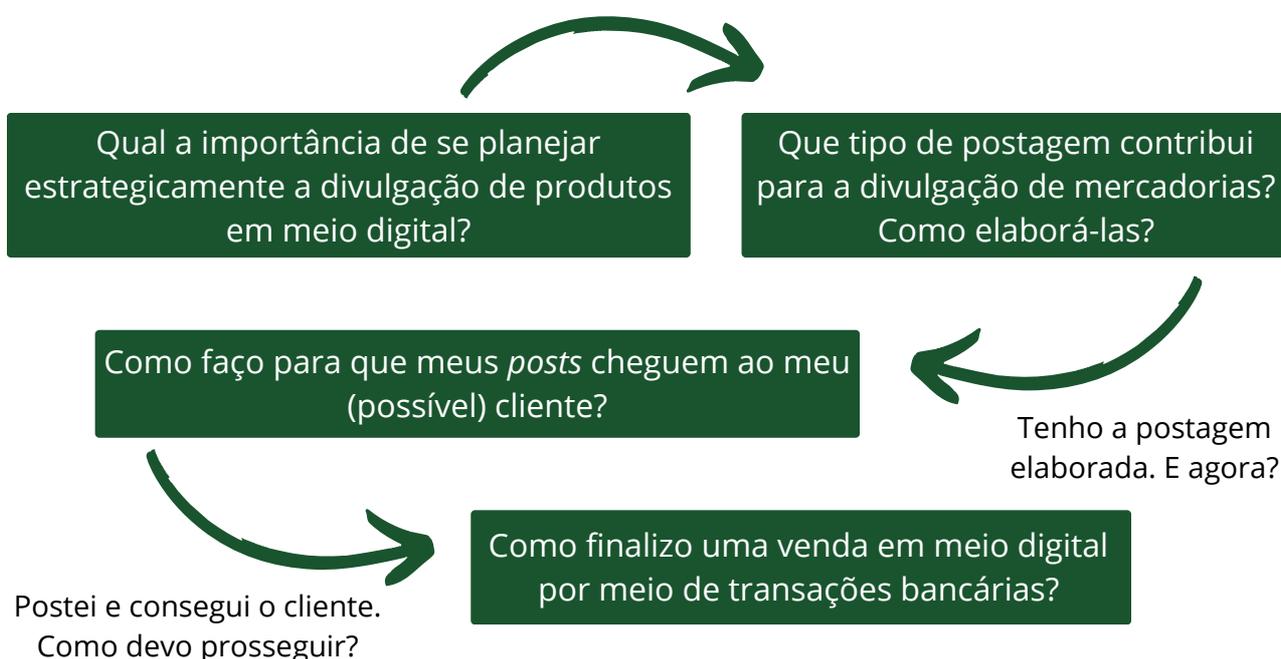
5.3 Caixa Econômica Federal	90
5.3.1 Como realizar Pix por inserção de chave ou <i>QR Code</i>	91
5.3.2 Como cadastrar uma chave Pix	93
6 Conclusão	96
7 Referências	87

1 Introdução

No plantio de milho, o(a) agricultor(a) familiar não colhe a espiga antes de arar a terra. No comércio digital acontece um processo semelhante, ou seja, não é possível realizar a publicação de um *post* em uma rede social sem antes elaborá-lo.

Por esse motivo, os conteúdos abordados nesta cartilha foram divididos e pensados de forma estratégica, para que, ao término de sua leitura e uso posterior, você tenha conhecimentos teóricos e práticos para desenvolver atividades de divulgação e de comercialização de produtos rurais em meio digital.

A proposta, portanto, é responder as seguintes perguntas por meio de tutoriais:



A partir das respostas desses questionamentos, ao fim deste material, você deverá:

- Conhecer a importância do *marketing*, do planejamento e de estratégias de vendas no comércio digital;
- elaborar *posts* para *feed* e *story* utilizando a ferramenta digital Canva;
- compartilhar *posts* em redes sociais;
- utilizar o WhatsApp e o Instagram no processo de vendas *online*; e
- distinguir as diferentes formas de pagamento *online* (Pix, transferências e boletos bancários).

Utilize os tutoriais para o desenvolvimento de suas atividades laborais digitais e boas vendas!

2 Comércio digital, *marketing* e estratégias de vendas

O comércio em meio digital abrange a realização de diversas atividades - da divulgação de produtos ao preenchimento de dados em transações bancárias - visando à efetivação de pagamentos e confirmações de compra.

Essas atividades estão hoje presentes em esferas da sociedade e em atividades laborais que até bem pouco tempo não contemplavam os recursos digitais em seu *modus operandi*, a exemplo das práticas desenvolvidas por agricultores familiares.

Como normalmente esses trabalhadores rurais moram em espaços distantes dos centros urbanos, o *e-commerce* facilita a comercialização de produtos tanto para o cliente quanto para o próprio agricultor. Visto que este leva os seus produtos para a cidade na perspectiva de que parte deles já tem destino garantido por meio de encomendas, o consumidor não precisa se deslocar até a propriedade rural.

Logo, além de trazer mais visibilidade ao trabalho desenvolvido, o *e-commerce* também possibilita uma maior comodidade aos clientes. É nesse processo que os agricultores podem lançar mão de diversas estratégias para alcançar o público consumidor, inclusive por meio das redes sociais, a fim de apresentar o diferencial de seus produtos em relação aos demais oferecidos no mercado.

Conforme é possível ver, somos o tempo todo influenciados e influenciadores, através do *marketing*, nas escolhas que realizamos ou que esperamos que determinado público realize, principalmente em termos de produtos e serviços.

Entende-se por *marketing* no agronegócio todas as ações desenvolvidas para a formação de imagem positiva, promoção e venda de produtos e serviços agropecuários (Rodrigues, 2018, p. 16).

Em um mundo cada vez mais conectado, com anúncios e propagandas veiculados nos mais diversos meios de comunicação, é necessário se diferenciar. Quando uma pessoa decide comprar um novo telefone, provavelmente ela optará, no mínimo, por uma marca e/ou modelo "conhecido", acerca do/a qual já tenha lido ou ouvido boas avaliações. Quando, por exemplo, um consumidor deseja produzir ou comprar uma comida de milho (canjica, bolo, pamonha etc.), durante o período junino, ele optará por um produto de procedência conhecida (como e onde foi produzido) e/ou de sua disponibilidade para venda (o local, o dia e os valores).

Sendo assim, apresente/exponha como seus produtos (frutas, hortaliças, manteigas, bolos, óleos etc.), feitos de forma artesanal e/ou em pequena escala em suas propriedades rurais, podem impactar positivamente a saúde de seu cliente/consumidor, destacando a qualidade do produto quando comparado àqueles fabricados industrialmente ou em grande escala.

A propaganda torna o público consciente de que existe uma determinada marca, um produto (gera awareness), **estimula lembrança da marca** (recall), educa sobre os benefícios de determinada categoria de produto, informa sobre as características dos produtos, comunica novos usos para marcas existentes e novas variantes destas marcas (Rodrigues, 2018, p. 76, grifo nosso).

Quando observamos as imagens abaixo, não é necessário, na maioria dos casos, vinculá-las ao nome da empresa fabricante do produto, já que as suas logomarcas são mundialmente conhecidas por meio de propagandas e anúncios que circulam nos mais diversos meios de comunicação. Isso faz com que, em um supermercado, por exemplo, o consumidor não precise ler na embalagem se aquele refrigerante da prateleira é uma Coca Cola, um Guaraná ou uma Fanta laranja, haja vista que a embalagem, a logomarca e o padrão de cores realizam essa função.



Fonte: Google Imagens (2023)

O fortalecimento de logomarcas facilita, inclusive, a adesão de clientes que não são alfabetizados ou que têm dificuldade de leitura. Assim, a utilização de imagens auxiliam esses consumidores em suas escolhas.

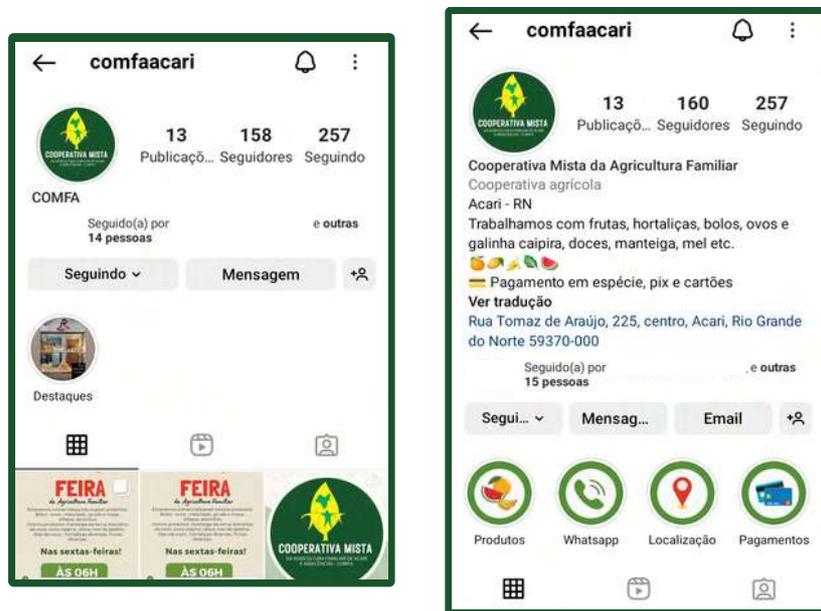
Esse é o primeiro ponto a ser destacado na elaboração ou desenvolvimento de sua empresa rural, cooperativa ou associação: **crie e fortaleça a sua logomarca!**

Além disso, utilize-a em todas as postagens realizadas nas redes sociais do empreendimento. Observe o exemplo da logomarca da Cooperativa Mista da Agricultura Familiar de Acari e Adjacências (doravante, COMFA) e a sua utilização em posts publicados no *feed* do Instagram da cooperativa (@comfaacari):



Insira também a logomarca nas imagens dos perfis das redes sociais vinculadas ao negócio e elabore uma biografia que apresente uma síntese deste. **Informações rápidas, um perfil ativo e organizado chamam a atenção do cliente!**

Vejamos os exemplos abaixo do Instagram da COMFA, com e sem biografia:



Comparando-se as duas imagens, destacamos os seguintes pontos em relação à presença da biografia:

- a inserção do nome completo da cooperativa na condição de pessoa jurídica no perfil da rede social e não apenas a sigla. Lembre-se: nem todos os usuários que acessam o perfil do seu negócio o conhecem; por isso, faz-se necessário explicitar essa informação;
- a inserção da localização do ponto de vendas, inclusive por meio de *links* que direcionam para ferramentas de GPS;
- produtos em oferta, telefones para contato e formas de pagamento também são informações relevantes a ser destacadas;
- esses dados citados anteriormente também podem ser inseridos em *posts*, publicados separadamente em *storys* e fixados em destaques individuais no perfil do Instagram.

Observe também o fato de que, antes, na primeira imagem, a conta do Instagram era do tipo pessoal; já na segunda, houve uma alteração da conta para um perfil profissional, especificamente incluído na categoria de "Cooperativa agrícola". Esse tipo de alteração e ferramenta ajudam no engajamento do perfil, assim como na geração de dados e estatísticas de acessos, informando a faixa etária, gênero, horários de acesso, localização etc. dos seguidores e dos visitantes da conta.

Essas informações são relevantes para entender quem é o público-alvo e quais são os melhores horários para realizar a divulgação de um produto, levando em consideração os picos de acesso etc.

Outro ponto a ser destacado é a inserção de imagens dos produtos nas postagens realizadas nas redes sociais. Isso chama a atenção do cliente, quando comparado a uma postagem contendo apenas textos, como podemos observar nos exemplos abaixo, publicados em *status* de WhatsApp:

A cooperativa mista da agricultura familiar de Acari RN trabalha com esses produtos citados abaixo, tanto por encomendas como na feira em frente a secretaria de agricultura nas sextas feiras e no sábado em frente ao sindicato, ambos a partir de 6 horas da manhã.

Produtos:

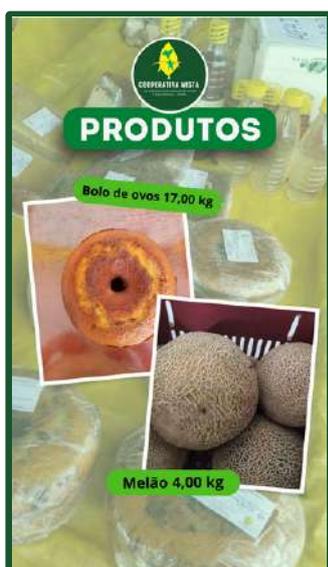
Bolos : ovos , mesclado; moça e grude

Doces variados: leite; funrrubar; Mamão; Mamão com coco ; caju e goiaba.

Outros produtos: manteiga da terra; biscoitos de ovos; bolacha de leite ;ovos caipira ; mel de abelha ; óleo de coco



Além disso, inserir imagens reais dos produtos ofertados para venda passa credibilidade ao consumidor, que visualiza o produto a ser recebido, caso realize a compra, diferentemente de uma imagem processada disponível em *layouts* prontos, a exemplo de *posts* disponíveis para edição e publicação no aplicativo Canva.



Fonte: Canva (2023)

Insira também, legivelmente, os preços dos produtos na publicação ou em sua legenda.

Além de ser lei, a exposição dos preços facilita nas vendas, haja vista que não é preciso responder individualmente cada cliente que demonstrar interesse na mercadoria, fazendo questionamentos acerca do valor dos produtos através de comentários de postagens, mensagens privadas ou em *directs*.

Segundo a lei nº 10.962 de 11 de outubro de 2004, que regula as condições de oferta e afiação de preços de bens e serviços para o consumidor, no Art. 2º, inciso III (Incluído pela Lei nº 13.543, de 2017), é admitida a seguinte forma de afiação de preços em vendas a varejo para o consumidor no comércio eletrônico: mediante divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze.

Nas postagens realizadas busque destacar os produtos disponíveis com seus respectivos preços, o seu diferencial em relação aos demais presentes no mercado, bem como os benefícios de se consumir um produto de procedência conhecida e segura, como é o caso dos produtos advindos de pequenas propriedades rurais.

Segundo Rodrigues (2018, p. 24), "um produto pode ser diferenciado pela sua forma, pelas suas características de funcionamento, pela sua qualidade de desempenho e conformidade, durabilidade, confiabilidade, facilidade de instalação e/ou reparo, entre outros".

Você, produtor(a), e seus clientes, já sabem o porquê de seu produto ter determinado preço, a sua forma de produção e os benefícios do seu uso na alimentação, por exemplo, mas, e os futuros clientes? Como eles ficam sabendo disso tudo? A resposta é: divulgando.

Elabore postagens que destaquem o processo de elaboração de seus produtos e os benefícios do seu uso.



Lembre-se: "O consumidor está disposto a gastar mais se enxergar qualidade e valor na oferta" (Rodrigues, 2018, p. 47).

Além disso, realize, periodicamente, essas postagens. Não basta publicar apenas uma vez no ano. Já ouviu ou leu o ditado segundo o qual "quem não é visto, não é lembrado?". Ele se aplica perfeitamente ao comércio em meio digital.

Divulgue o seu produto considerando a escolha de dias e horários estratégicos. Se, por exemplo, a comercialização acontecerá em uma feira livre, no sábado, realize a publicação destacando essa informação na sexta, às 18h (horário em que, normalmente, as pessoas olham suas redes sociais, pois estão saindo do trabalho, organizando-se para sair para jantar etc.).

Além disso, padronize essas postagens, utilizando a mesma paleta de cores e fontes de letras, pois isso cria no receptor uma memória visual. Assim, sempre que ele visualizar, por exemplo, um *post* com variações de tonalidade na cor verde e com imagens de frutas e verduras, provavelmente associará essa postagem à COMFA, como podemos observar na organização do *feed* do Instagram da Cooperativa:



Podemos destacar outros exemplos, como o *feed* da Prefeitura Municipal de Acari/RN (predominância da cor azul em plano de fundo e letras na cor branca) e o *feed* de um taxista do mesmo município (predominância da cor vermelha, até mesmo no adesivo perfurado na parte traseira de seu veículo de trabalho), respectivamente apresentados a seguir:



Fonte: @prefeituradeacari (2023)



Fonte: @alexandrecosta2022 (2023)

No caso do taxista, a identidade visual criada está em todas as formas de divulgação propostas. Assim, sempre que alguém visualizar a traseira do carro e as postagens em redes sociais (independentemente da ordem), associará um ao outro, ou seja, ao visualizar a postagem no Instagram e depois ver o carro, ou se ver o carro e, depois, uma postagem na cor vermelha divulgando o seu trabalho.

Em relação à cooperativa ou a qualquer outro negócio, o processo é o mesmo. A logomarca tem essa função, por isso é importante inseri-la tanto nas postagens quanto nos produtos e em locais de vendas.

Postagem publicada nas redes sociais



Produto a ser vendido



Barraca montada no local de vendas



O cliente que visualizar a postagem na internet irá procurar no local de vendas algum elemento que possa identificar a cooperativa entre os outros vendedores. Esse elemento pode ser desde algum(a) cooperado(a) realizando suas vendas à logomarca, que é o ideal.

Nas postagens em *story*, *reels* e *feed* utilize músicas, em plano de fundo, que remetam à agricultura familiar, ao Nordeste, ao sertão etc. Isso reforça a imagem de procedência do produto. Um vaqueiro, por exemplo, ao produzir e postar um vídeo correndo em vaquejadas, não irá publicá-lo utilizando uma música eletrônica, em plano de fundo, produzida por um DJ, haja vista que faz muito mais sentido publicá-lo(a) com uma de Tarcísio do Acordeon, Mano Walter, Gleydson Gavião etc., que cantam músicas com letras que remetem à profissão de vaqueiro.

Assim, para encerrar esta seção, apresentamos a seguir uma lista de sugestões de músicas disponíveis no Instagram para publicação de *posts* referentes ao meio rural, às atividades agropecuárias, entre outras:



Seleção de outras músicas | Artistas

- Feira de mangaio - Clara Nunes
- Baião destemperado - Barbatuques
- O homem da terra - Luiz Gonzaga
- Caldinho de mocotó - Genival Lacerda
- Doce de leite - Genival Lacerda
- Ralador de coco - Genival Lacerda
- Raízes do Nordeste - Trio Bodocó
- Sertão - Flávio José
- Cheiro de mato - Raí Saia Rodada
- Baião de dois - Mastruz com Leite
- Agricultura familiar - Chico Chapéu de Ouro
- Obrigado ao homem do campo - Cezar & Paulinho
- Ronco do riacho - Raí Saia Rodada
- Coisas do Interior - Zé Vaqueiro
- Fazenda Santo Antônio - Jorge de Altinho
- Algodão - Luiz Gonzaga
- No terreiro da fazenda - Mastruz com Leite
- A feira de Caruaru - Paixão Nordestina, Gilson Gadelha

3 Recursos digitais de elaboração de *posts*

Elaborar e publicar *posts* em redes sociais são ações desenvolvidas com frequência por quem quer manter e/ou fortalecer a visibilidade de um produto ou marca. Em muitos casos, principalmente em grandes empresas do agronegócio, esse trabalho de confecção de *banners* e cartazes é realizado por *designers* profissionais especializados na oferta desses serviços.

Entretanto, hoje em dia, já é possível realizar a elaboração desses materiais autonomamente com uma qualidade semelhante à profissional, por meio de *apps* (aplicativos) que apresentam modelos de *posts* e *layouts/templates* prontos para edição e publicação.

Entre as plataformas e aplicativos mais utilizadas(os) para elaboração desses materiais está o Canva. A seguir, discutimos como utilizá-lo, de modo que, mesmo utilizando um *layout* pronto, a postagem apresente traços originais e característicos da marca ou produto apresentados e consiga se diferenciar entre os demais.

3.1 Canva

O Canva é um recurso digital disponível em *site* e como aplicativo, que possibilita a criação, nos mais diversos formatos, tanto de *posts* para redes sociais (Instagram, Facebook), quanto de apresentações, documentos, cartazes, convites, currículos, entre outros, por meio de modelos em branco e pré-prontos.

Nesta seção, você aprenderá como utilizá-lo para elaborar *posts* para *story* e *feed* do Instagram.

3.1.1 Como elaborar um *post* para *feed* ou *story*

A princípio, cabe destacar que, em aparelhos celulares, é necessário baixar o aplicativo para poder usá-lo. No caso daqueles com sistema operacional Android, o *download* deverá ser realizado por meio do PlayStore. Em seguida, deve-se fazer o login através da criação de uma conta gratuita no recurso ou por meio de uma conta Google.

Baixe-o por meio do *link*:

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.canva.editor&hl=pt_BR&gl=US&pli=1

1. Na tela inicial do aplicativo, clique no ícone indicado para selecionar o formato do *post*



2. Selecione o formato de *post* (*story* ou *feed*)

Para ambos os formatos, o processo apresentado daqui para frente será o mesmo. Sendo assim, todas as orientações dadas quanto à elaboração de um *post* para *feed* se aplicará ao de *story*.

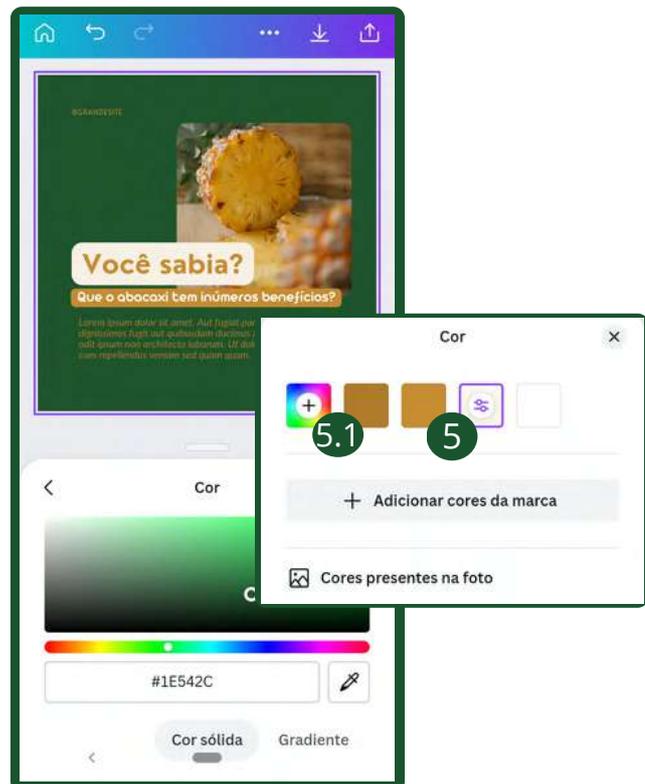
3. Diante da escolha realizada, automaticamente aparecerá essa tela. Nela, pesquise no ícone indicado um tipo de *post* específico, utilize palavras-chave, como por exemplo: vendas, agricultura, festa junina etc. ou (3.1) selecione uma das sugestões clicando em cima para iniciar a edição.



4. Clique no ícone indicado para alterar a cor de plano de fundo do *post*.

5. Selecione a cor da imagem entre as disponíveis ou

(5.1) selecione mais opções personalizadas clicando no ícone indicado.



6. Clique na imagem para modificá-la.
7. Selecione a opção indicada para excluí-la.
8. Após isso, selecione a opção "Excluir imagem".
9. Em seguida, clique no botão roxo que está no canto inferior esquerdo da tela, igual ao da imagem anterior (9.1)



10. Selecione a opção galeria.
11. Escolha a foto que deseja inserir na postagem.
12. Clique na opção "Adicionar à página".



13. Clique na imagem e arraste-a para dentro da moldura. Para tanto, observe a sequência de imagens:



14. Clique em cima dos textos para alterá-los.

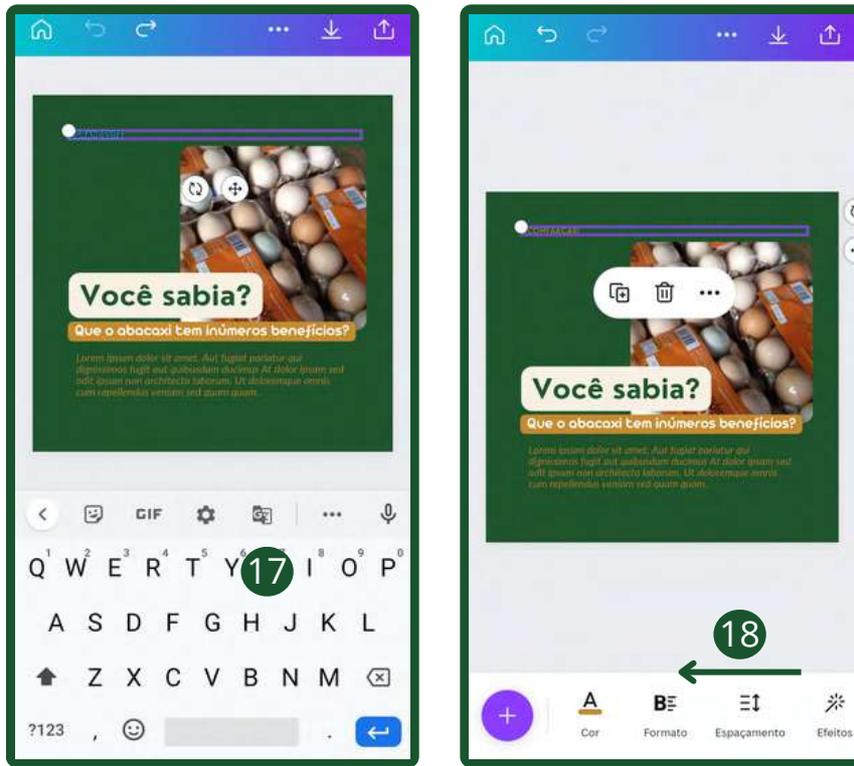
15. Selecione a opção "Editar" para mudar o texto na caixinha, conforme o seu interesse.

16. Também é possível alterar a fonte, tamanho, espaçamento etc. clicando nas opções que constam na parte inferior da tela. Para mais opções, deslize o dedo conforme o sentido da seta.



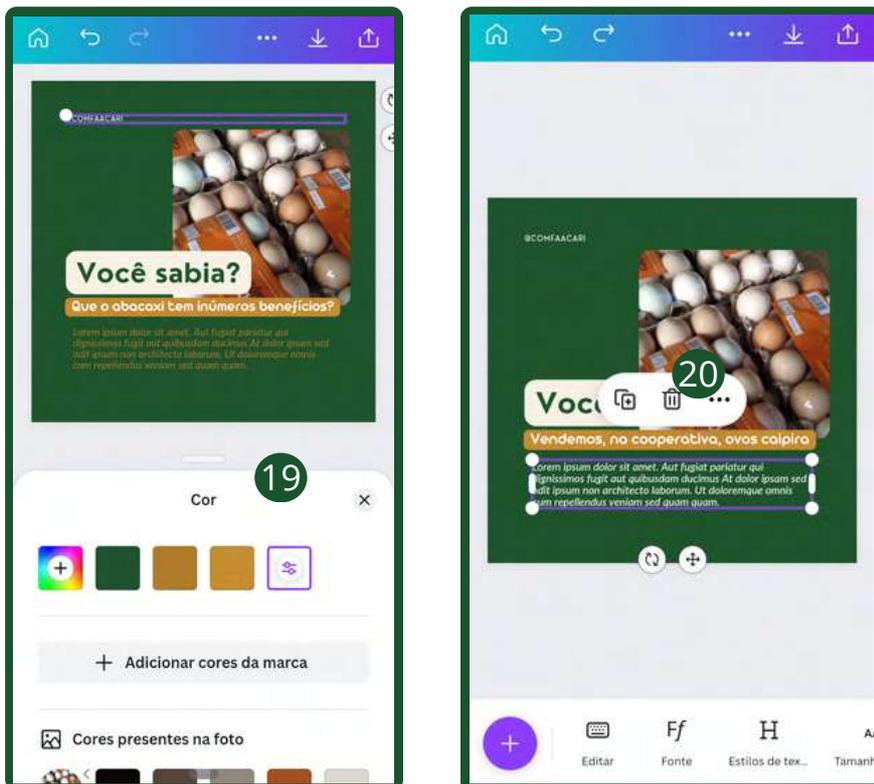
17. Digite o texto.

18. Altere a cor, insira destaques em negrito etc. clicando nos ícones indicados.



19. Sempre que você clicar em algum ícone, novas telas e opções aparecerão (a exemplo desta com as cores disponíveis).

20. Caso decida excluir algum item no modelo/layout do *post*, clique em cima deste e, em seguida, selecione o ícone da lixeira.



21. Para mover os elementos do *post*, clique em cima deles e, na sequência, selecione o ícone indicado e arraste-o para o local desejado.

22. Para inserir a logomarca da cooperativa, empresa rural etc., selecione o ícone indicado.

23. Clique na opção "galeria".

24. Em seguida, clique na imagem desejada.

25. Feito isso, clique na opção "Adicionar à página".

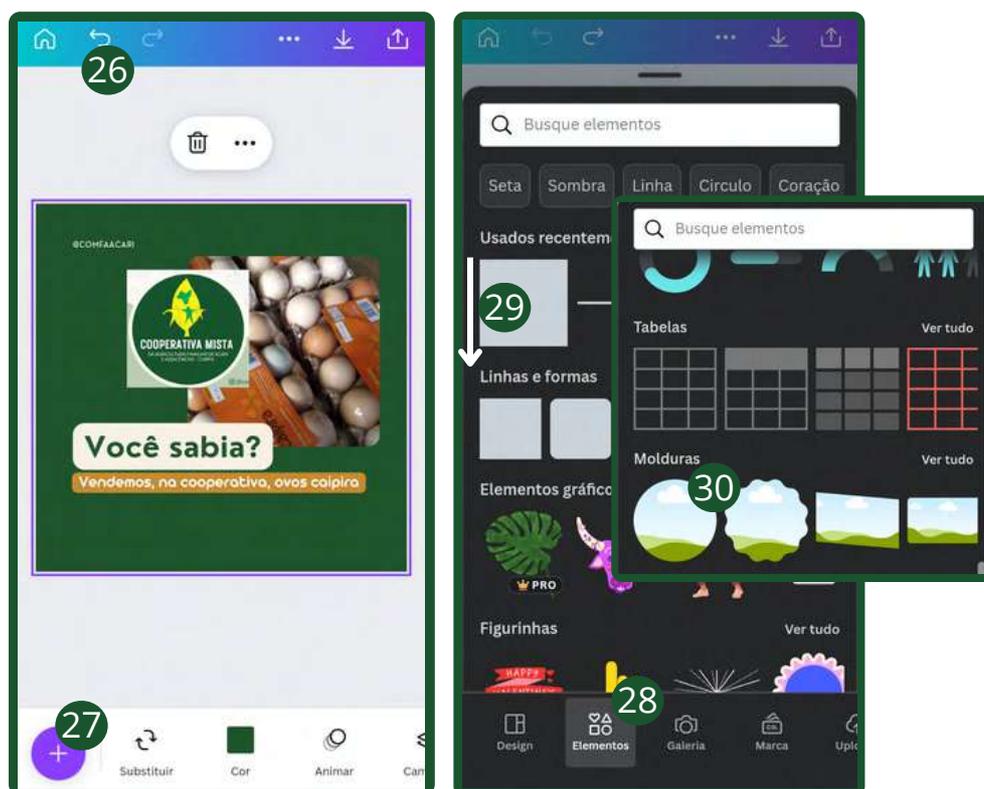


26. Importante: sempre que realizar uma ação equivocada, é possível desfazê-la no ícone indicado.

27. Para tirar as bordas da imagem, selecione o ícone em destaque; após isso, selecione a opção

"Elementos" (28).

29. Na sequência, deslize o dedo na tela conforme o sentido da seta, até surgir a opção "Molduras". Nela, clique na opção indicada (30).



31. Arraste a imagem da logomarca para dentro da moldura.

32. Após isso, clique duas vezes na logomarca para ajustá-la dentro da moldura.

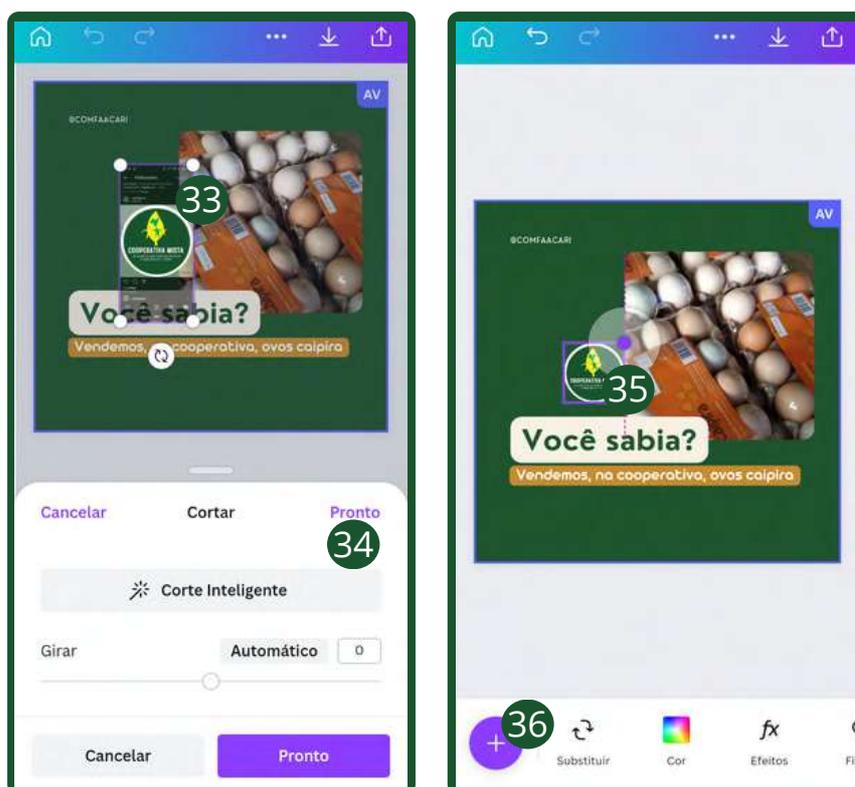


33. Arraste as bordas brancas clicando em cima para realizar o ajuste.

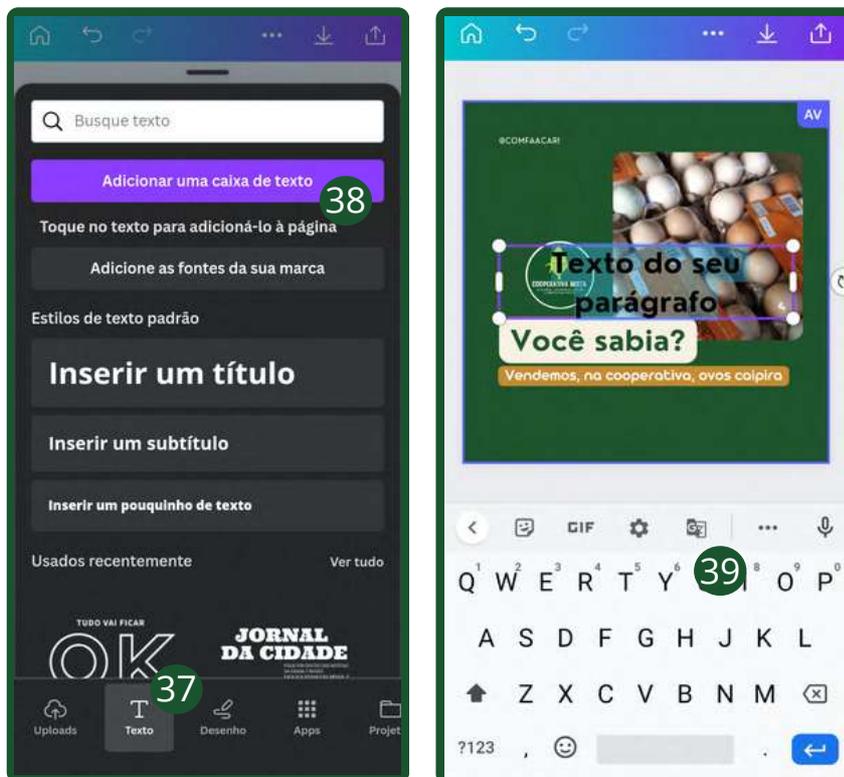
34. Selecione a opção "Pronto", quando concluir.

35. Clique no ícone indicado para aumentar ou diminuir o tamanho da logomarca. Para tanto, arraste-o, respectivamente, para fora ou para dentro do centro da imagem.

36. Selecione o ícone indicado para inserir mais textos, além dos que já constam na imagem.

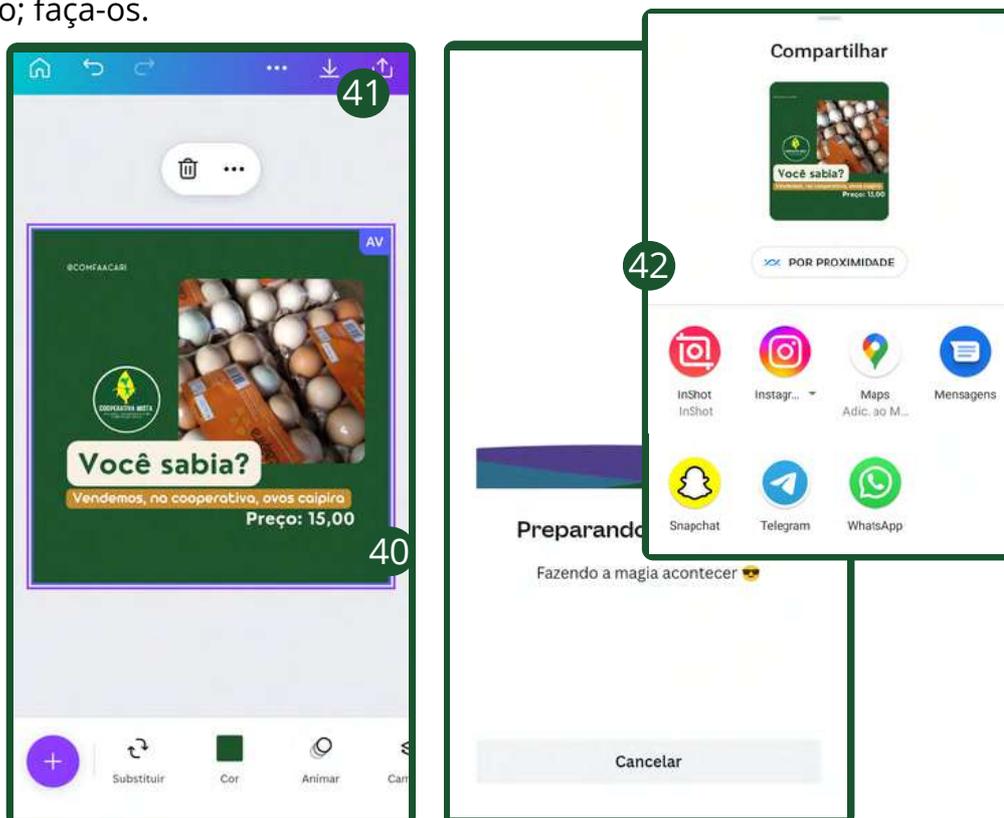


37. Selecione a opção "Texto".
38. Clique na opção "Adicionar caixa de texto".
39. Em seguida, digite o texto.



40. Mova-o para a local desejado.
41. Após concluir as alterações, selecione o ícone indicado para realizar o *download*.
42. Aguarde o arquivo ser baixado. Automaticamente, aparecerão opções de compartilhamento; faça-os.

Para dicas e instruções sobre como realizar essas ações, veja a próxima seção.



4 Ferramentas digitais de redes sociais

As redes sociais podem ser consideradas, hoje, importantes instrumentos para a divulgação de produtos e serviços. Segundo dados de pesquisa divulgada no [site do NIC.br](http://site.do.NIC.br), no Brasil, 159 milhões de pessoas acessam suas mídias sociais diariamente. Entre as mais utilizadas, estão o Instagram (85%) e o Facebook (84%).

Assim, elaborar um perfil de Instagram e/ou Facebook para sua empresa e mantê-lo ativo com publicações e divulgações são ações que podem potencializar significativamente as vendas em seu negócio. Mas, apenas fazer isso não é o suficiente: procure interagir com os seus clientes e respondê-los rapidamente.

Frente ao exposto, nesta seção, você terá acesso a tutoriais sobre como interagir em comentários de publicações e em conversas privadas via *direct* no Instagram, além de aprender a realizar postagens tanto nessa rede social, quanto no WhatsApp.

4.1 Instagram

O Instagram é uma rede social que possibilita a interação entre e em perfis pessoais e profissionais, por meio de mensagens em *chat*, comentários, curtidas e envios de/em postagens, além de viabilizar a publicação de fotos e vídeos tanto de modo temporário (*story*), quanto permanente (*feed*, *reels* e *story*, quando fixados em destaques).

4.1.1 Como publicar um *post* no *feed*

Esse tipo de postagem é permanente e auxilia na divulgação de produtos e serviços, uma vez que proporciona a sua visualização a seguidores e a não seguidores da conta. Estes têm acesso às divulgações assim que entram em seus aplicativos e rolam a tela de seus dispositivos, ou quando acessam a opção explorar.

Em relação ao último caso, isso acontece, na maioria das vezes, por meio das *hashtags* utilizadas. Por exemplo, o usuário, no campo de busca, digita: *#vendas* ou *#agriculturafamiliar*; a partir disso, aparecem todas as fotos e vídeos que foram publicados, utilizando essas funções na legenda. Portanto, **use *hashtags*** se quiser alcançar outros públicos para além dos seus clientes e seguidores.

1. Na tela inicial do aplicativo, no canto inferior, clique no ícone em destaque.



2. Clique na imagem ou *post* desejado e (2.1) selecione o ícone indicado.
3. Selecione o ícone indicado novamente.

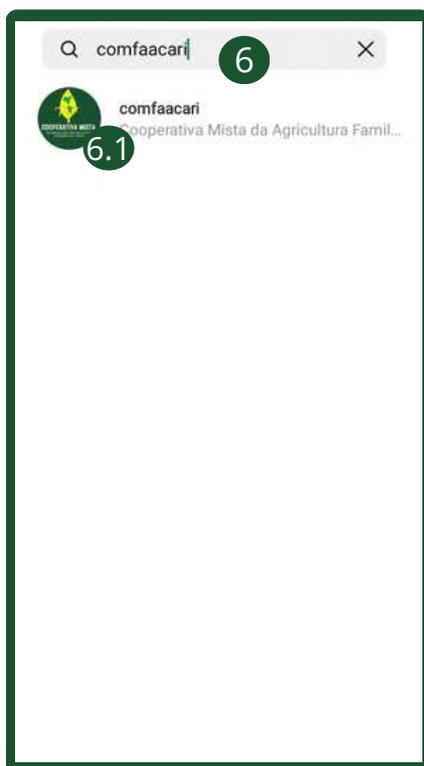


4. Caso deseje marcar alguém na publicação, selecione a opção "Marcar pessoas".
5. Em seguida, toque na tela, em cima da imagem.



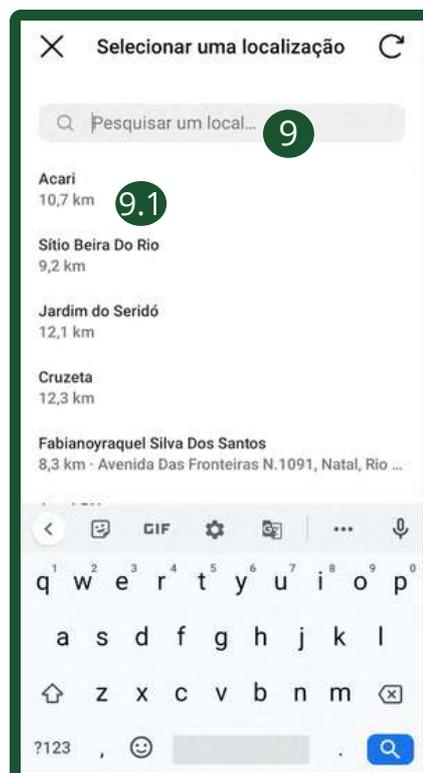
6. Pesquise o nome do perfil que deseja marcar; em seguida, (6.1) clique nele.

7. Após isso, selecione o ícone indicado.



8. Caso deseje inserir localização na publicação, selecione a opção "Adicionar localização".

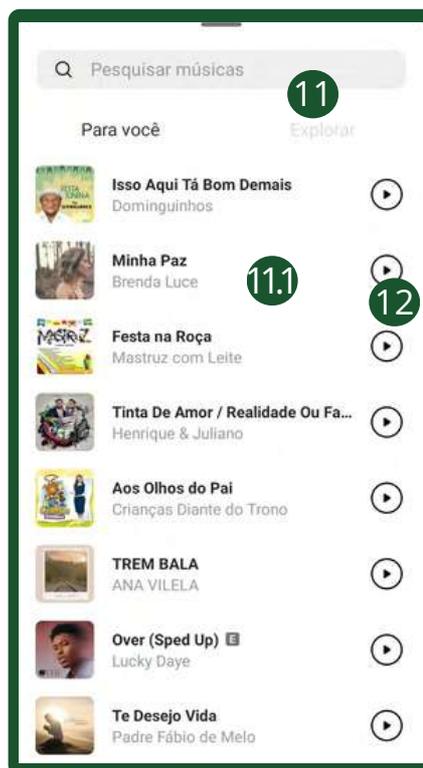
9. Pesquise o nome do local que deseja marcar, em seguida, (9.1) clique nele.



10. Caso deseje inserir uma música na publicação, selecione a opção "Adicionar música".

11. Pesquise o nome da música ou do artista da música que deseja inserir; em seguida, (11.1) clique nela.

12. Caso deseje ouvi-la antes de selecioná-la, clique no ícone em destaque.



13. Após selecioná-la, escolha o tempo de toque da música na publicação, no ícone indicado.

14. Fazendo o movimento indicado nas setas, ajuste o tempo da música e selecione a opção (14.1) "Concluir".



15. Fazendo o movimento indicado nas setas, ajuste o trecho da música e, em seguida, selecione a ícone (15.1) indicado.



16. Insira uma legenda em seu *post* e *hashtags* (#exemplo) que se relacionem com a temática abordada nele.

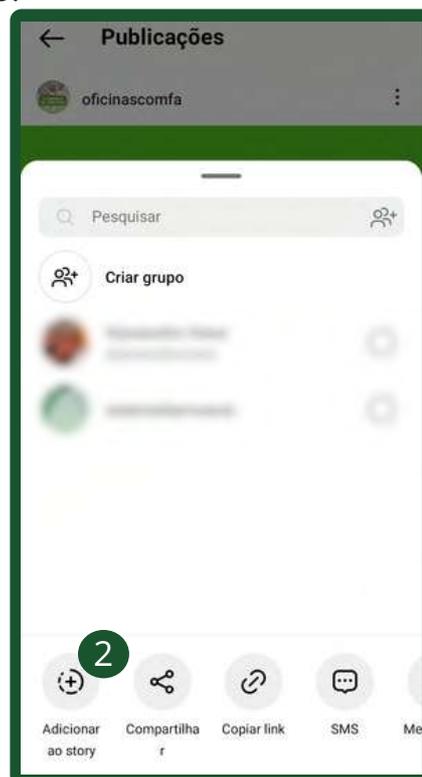
17. Selecione o ícone indicado e aguarde o *post* ser publicado.



4.1.2 Como divulgar *post* de *feed* em *story*

Divulgue suas novas postagens do *feed*. Para tanto:

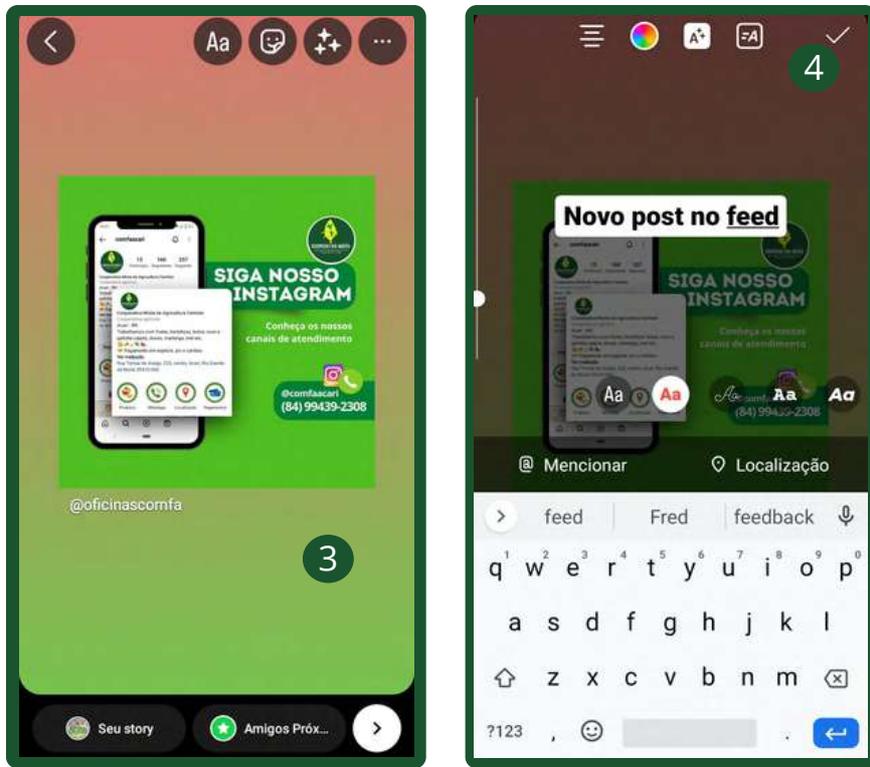
1. Na publicação, selecione o ícone indicado.
2. Selecione a opção "Adicionar ao story".



3. Clique na tela para inserir algum texto.

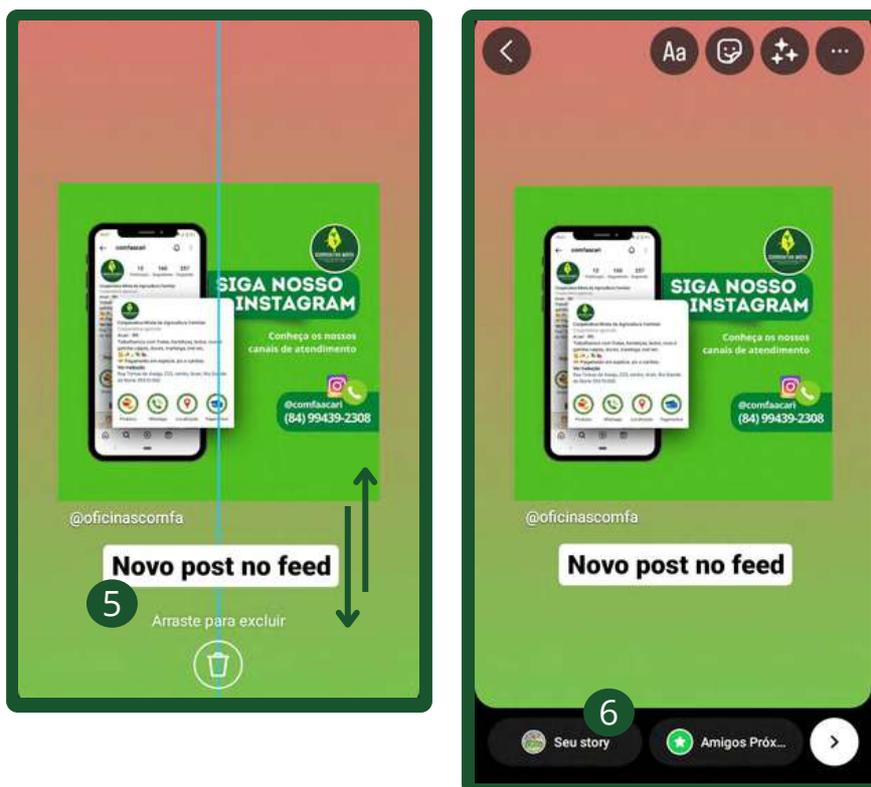
Observação: o passo a passo para a inserção de outras funcionalidades (GIF, localização, música etc.) em *story*, além do texto, está disponível na seção 4.1.5.

4. Após inserir o texto, selecione o ícone indicado.



5. Ajuste o texto tocando-o e segurando-o; faça o movimento indicado nas setas.

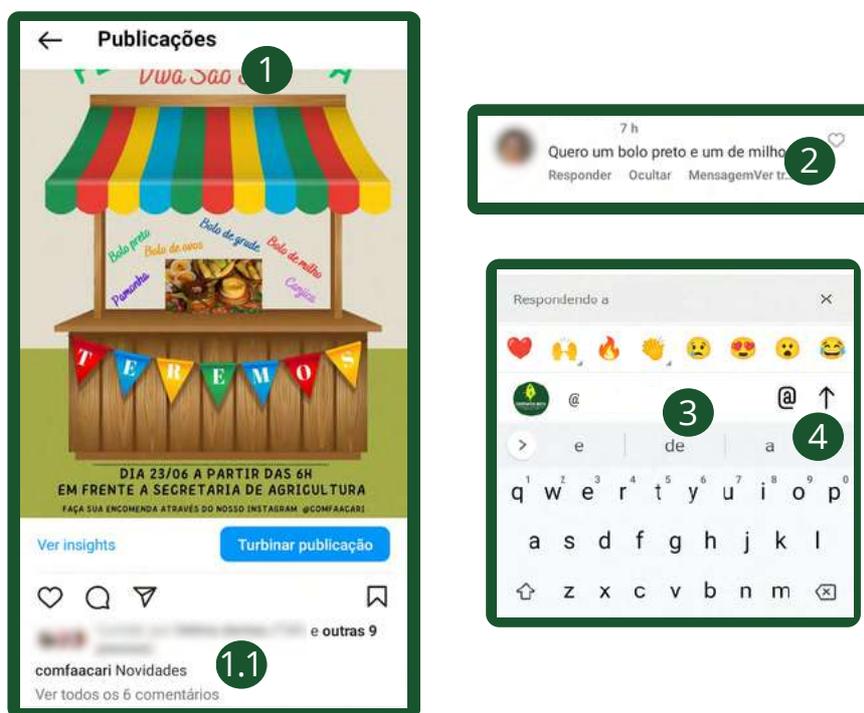
6. Após isso, selecione a opção indicada para publicá-lo.



Interaja nas publicações, respondendo e curtindo comentários. Isso aumenta o engajamento e estreita a sua relação de contato com clientes e seguidores.

4.1.3 Como curtir e responder comentários

1. Selecione a publicação desejada; em seguida, (1.1) clique no ícone de comentários.
2. Curta o comentário do seu cliente/seguidor no ícone de coração.
3. Responda esse comentário clicando na opção "responder".
4. Digite a resposta no local indicado.
5. Em seguida, selecione a opção em destaque para enviar.

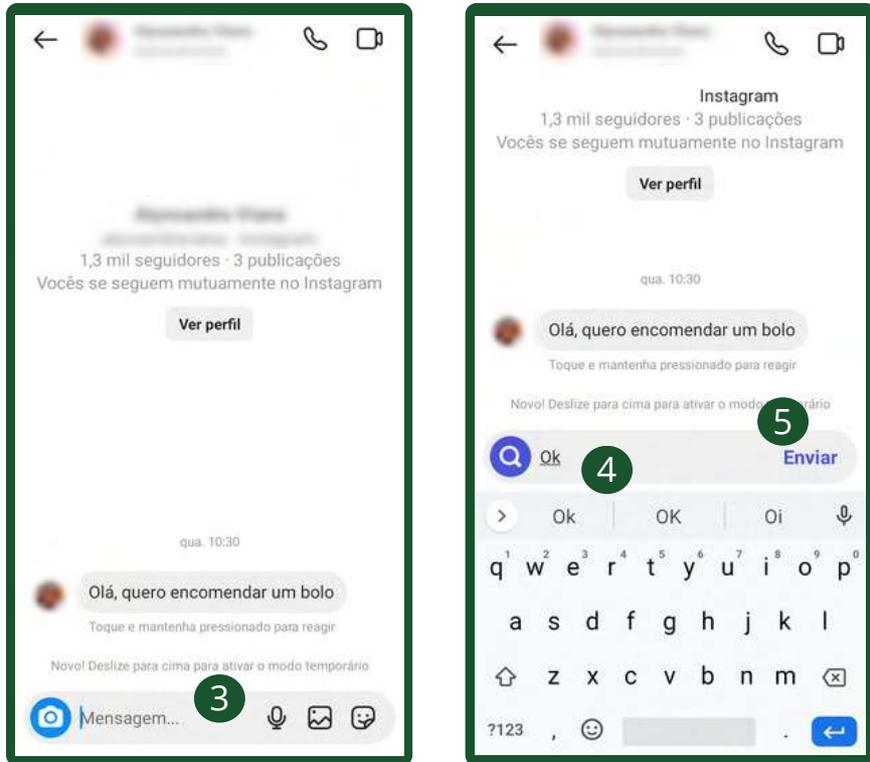


4.1.4 Como responder mensagens ou iniciar conversas via *direct*

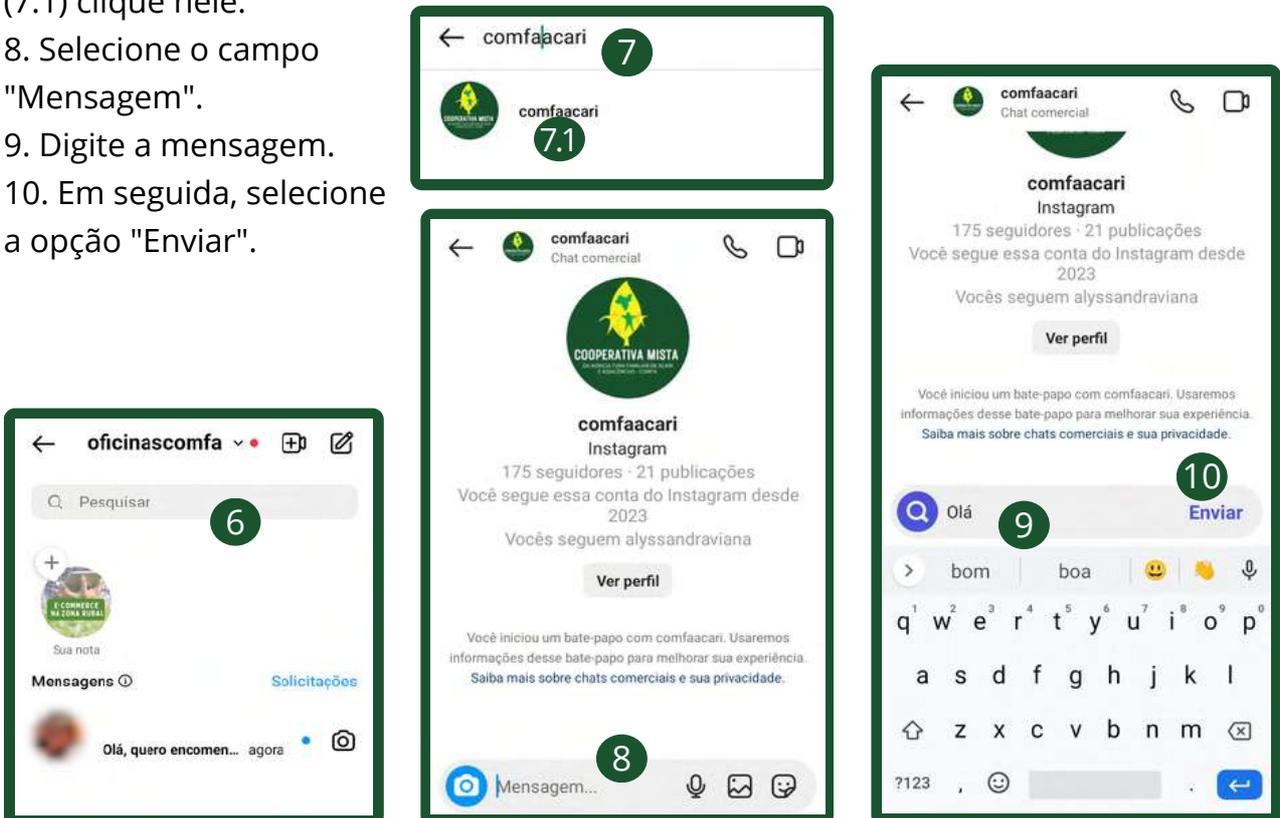
1. No canto superior direito da tela, selecione o ícone indicado (referente ao *direct*).
2. Visualize e responda as mensagens recebidas, sempre destacadas em negrito e com uma bolinha azul ao lado. Para tanto, clique nela.



3. Clique na opção "Mensagem".
4. Digite o texto da resposta.
5. Em seguida, clique na opção "Enviar".



6. Se quiser iniciar uma nova conversa no *direct*, selecione a opção "Pesquisar".
7. Insira o nome do perfil com o qual você deseja entrar em contato; em seguida, (7.1) clique nele.
8. Selecione o campo "Mensagem".
9. Digite a mensagem.
10. Em seguida, selecione a opção "Enviar".

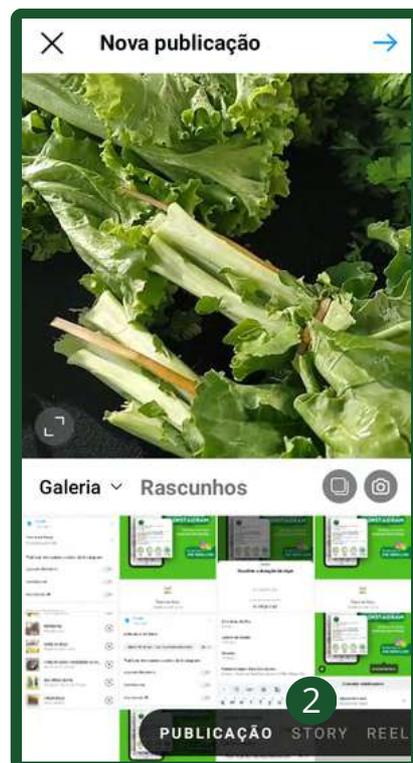


4.1.5 Como publicar um *post* no *story*

Esse tipo de postagem é temporária (24h) e auxilia na divulgação dos produtos de maneira rápida, alcançando, muitas vezes, um público mais amplo de visualizadores e de interações se comparado às postagens publicadas no *feed*.

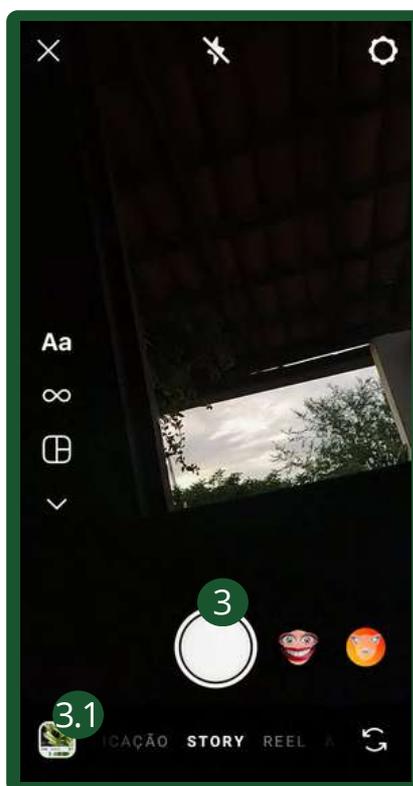
Apesar de serem publicadas em formato temporário, é possível inseri-las em destaque no perfil. Para realizar essa ação, veja o tutorial 4.1.6.

1. Selecione a opção indicada, no canto inferior da tela.
2. Selecione a opção "*Story*".



3. Tire uma foto ou faça um vídeo diretamente da câmera (clicando uma vez ou mantendo o botão pressionado, respectivamente) ou (3.1) selecione uma foto da galeria clicando no ícone indicado.

4. Após isso, selecione o ícone indicado para inserir textos na foto ou no vídeo.



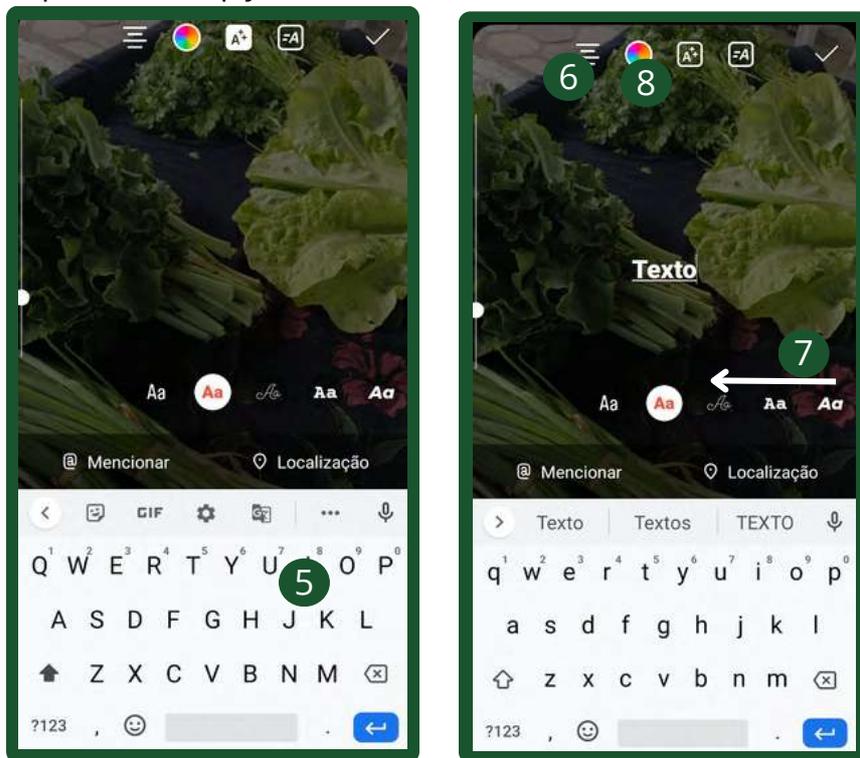
Cabe dizer que as funções apresentadas a partir desse momento são opcionais, sendo possível publicar uma foto ou vídeo sem nenhum elemento (texto, GIF etc.), clicando diretamente na opção "*Seu Story*", no canto inferior esquerdo da tela.

5. Digite o texto.

6. Selecione o ícone indicado para centralizar ou alinhar o texto à esquerda ou à direita.

7. Selecione o tipo da fonte (para mais opções, basta rolar o dedo na tela no sentido da seta).

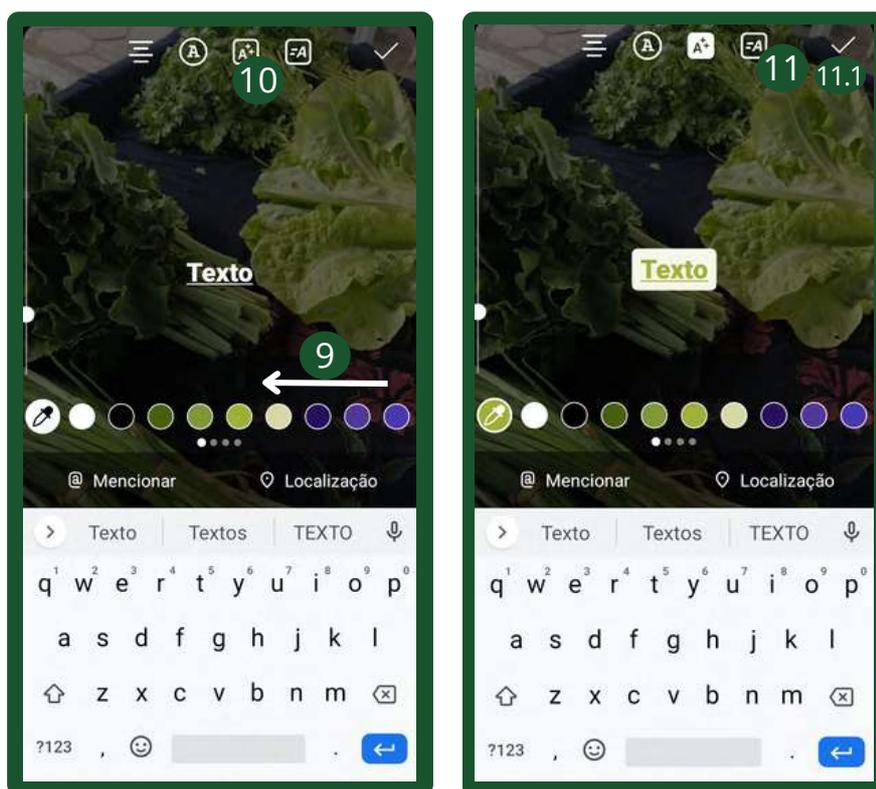
8. Clique na opção indicada para selecionar a cor da fonte.



9. Selecione a cor (para mais opções, role o dedo na tela seguindo o sentido da seta).

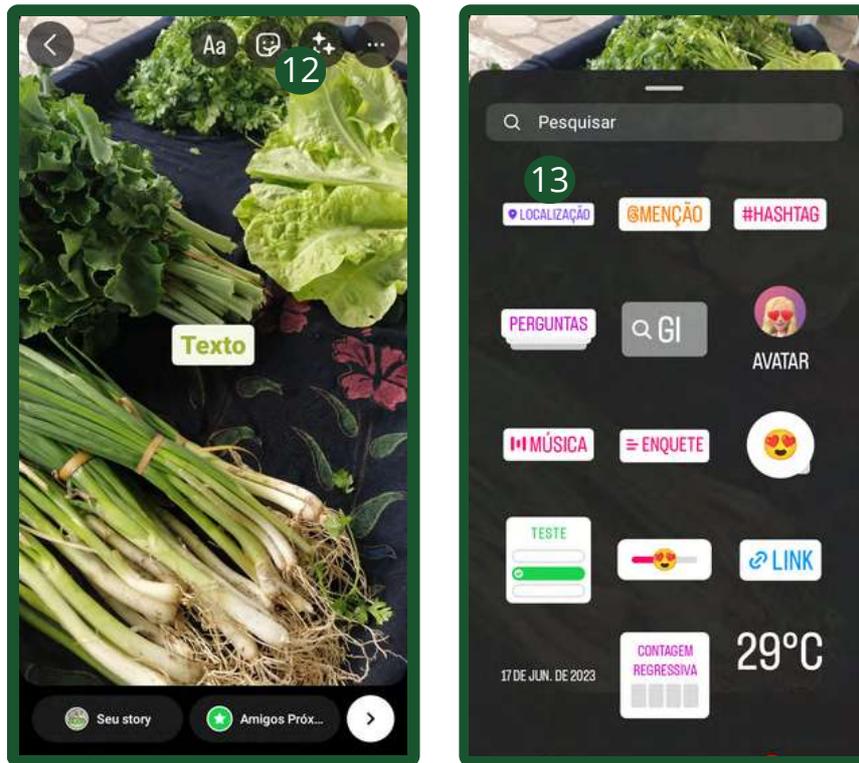
10. Insira um plano de fundo no texto, clicando na opção indicada.

11. Insira movimento no texto (opcional) e, quando concluir, (11.1) selecione a opção indicada.



12. Selecione a opção indicada para mais opções.

13. Insira a localização clicando no ícone em destaque.



14. Digite a localização na opção indicada.

15. Em seguida, clique na localização desejada.

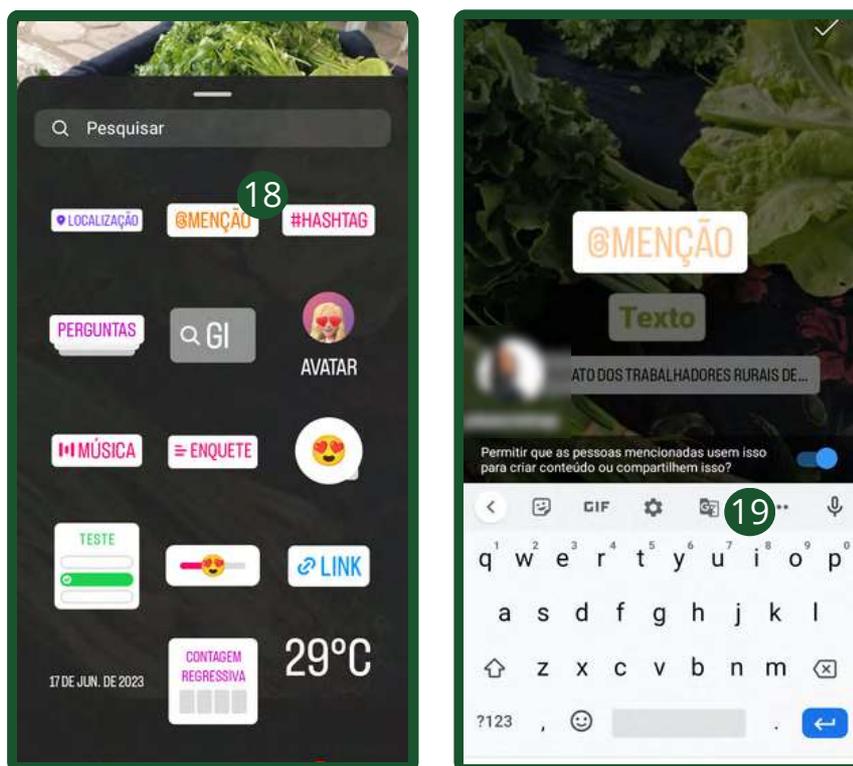
16. Em todos os elementos inseridos, é possível alterar o tamanho realizando movimento de pinça; para movê-los, pressione o elemento e arraste-o conforme o movimento das setas.

17. Para mais opções, sempre clique nesse ícone em destaque.



18. Selecione a opção "@menção" para marcar algum perfil em sua publicação.

19. Digite o nome do perfil.

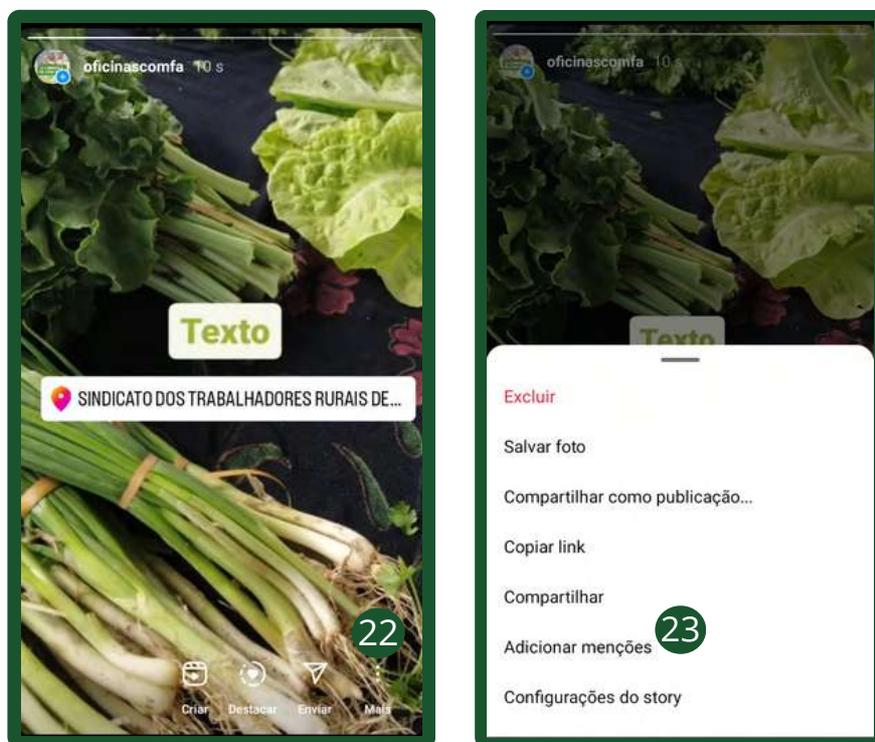


20. Após isso, clique em cima da foto referente ao perfil marcado, no canto inferior esquerdo da tela.

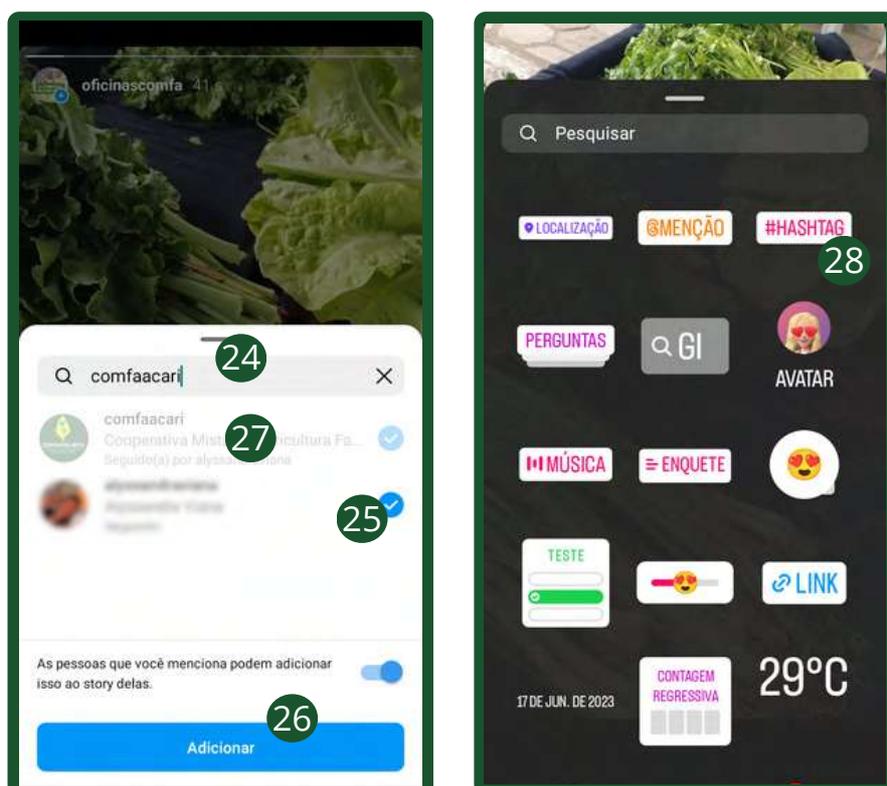
21. Essa opção faz com que o nome das pessoas que foram marcadas naquele story fique disponível para todos os visualizadores.



22. Caso não queira que o nome das pessoas marcadas no *post* fique visível na postagem, insira os demais elementos, menos o de @menção e publique o *story*. Após publicado, selecione os três pontos (mais) presentes no canto inferior da tela.
23. Em seguida, selecione a opção "Adicionar menções".



24. Digite o nome do perfil que deseja marcar.
25. Em seguida, clique no ícone indicado, ao lado do nome do usuário.
26. Após isso, clique na opção "Adicionar".
27. Observação: perfis já marcados ficam indisponíveis para remarcar.
28. Clique na opção *#hashtag* para inseri-las.



29. Digite a *hashtag*.

30. Após isso, selecione o ícone indicado.



30. Insira perguntas para seus seguidores responderem, clicando na opção indicada.

31. Digite a pergunta.

32. Altere a cor da caixa de perguntas no ícone indicado.

33. Quando concluir, selecione o ícone indicado.



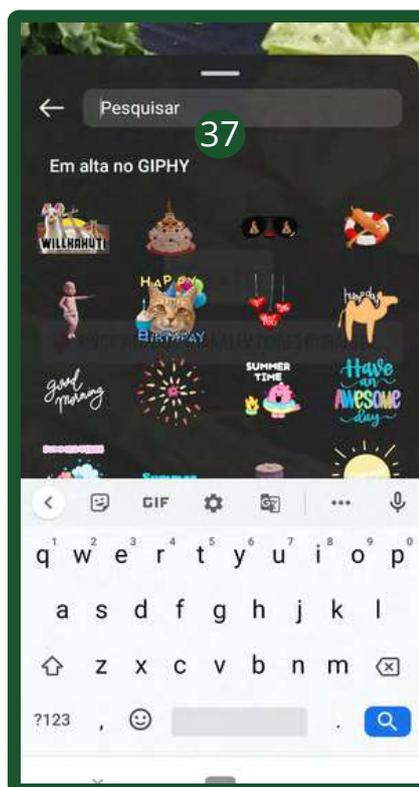
34. Publique o *post* com a pergunta e aguarde os seus seguidores responderem.

35. Você conseguirá visualizar suas respostas na mesma opção na qual verifica os visualizadores. Caso não saiba realizar essa ação, confira o tutorial 4.1.7.



36. Insira GIF (imagens em movimentos) em suas postagens.

37. Pesquise o tipo de GIF desejado na barra de pesquisa indicada.



38. Selecione o GIF desejado.

39. Posicione-o na postagem conforme sua preferência.



40. Insira um avatar em sua postagem (uma figura com traços característicos de sua fisionomia estética).

41. Para tanto, selecione a opção "Criar avatar".



42. Escolha a cor do seu tom de pele; em seguida, (42.1) selecione a opção "Avançar"
 43. Selecione o estilo de cabelo e (43.1) a opção "Avançar".



44. Escolha a cor do cabelo; logo após, (44.1) selecione a opção "Avançar".
 45. Selecione o formato e (46) a largura do rosto. Feito isso, (46.1) clique na opção "Avançar".



47. Selecione o estilo de roupa; em seguida, (47.1) clique na opção "Concluir".
48. Após isso, clique na opção "Avançar".



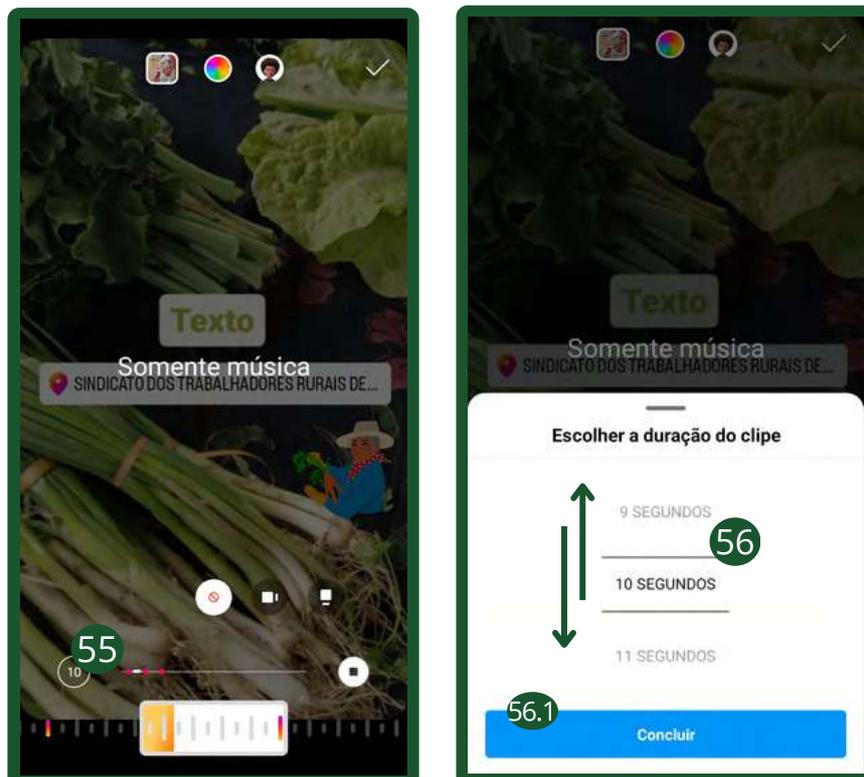
49. Clique na figurinha desejada para inserir na postagem.
50. Para mais opções, clique na opção "Pesquisar figurinhas".
51. Insira músicas em suas postagens no *story*.



52. Veja as sugestões ou pesquise por músicas específicas na opção "Pesquisar".
53. Clique no ícone indicado para ouvir a música.
54. Clique na música para inseri-la em sua postagem.



55. Escolha o tempo de toque da música na publicação, no ícone indicado.
56. Fazendo o movimento indicado nas setas, ajuste o tempo da música e selecione a opção (56.1) "Concluir".

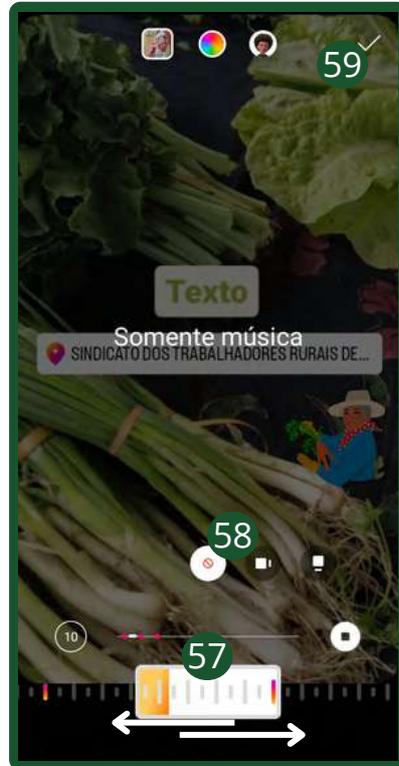


57. Fazendo o movimento indicado nas setas, selecione o trecho da música que deseja inserir.

58. Selecione a opção "Somente música", de modo que o toque fique disponível na postagem sem que a letra ou qualquer elemento dela apareça (por exemplo, a imagem do cantor).

59. Selecione o ícone indicado para concluir.

60. Insira enquetes.



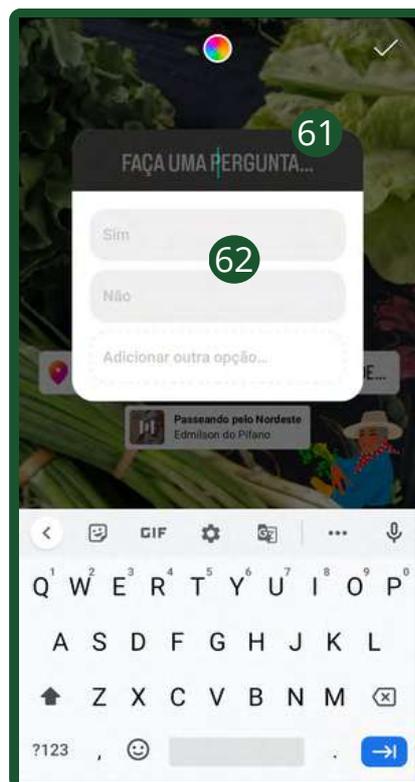
61. Digite um texto ou pergunta.

62. Clique no espaço indicado para inserir as opções.

63. Digite as opções.

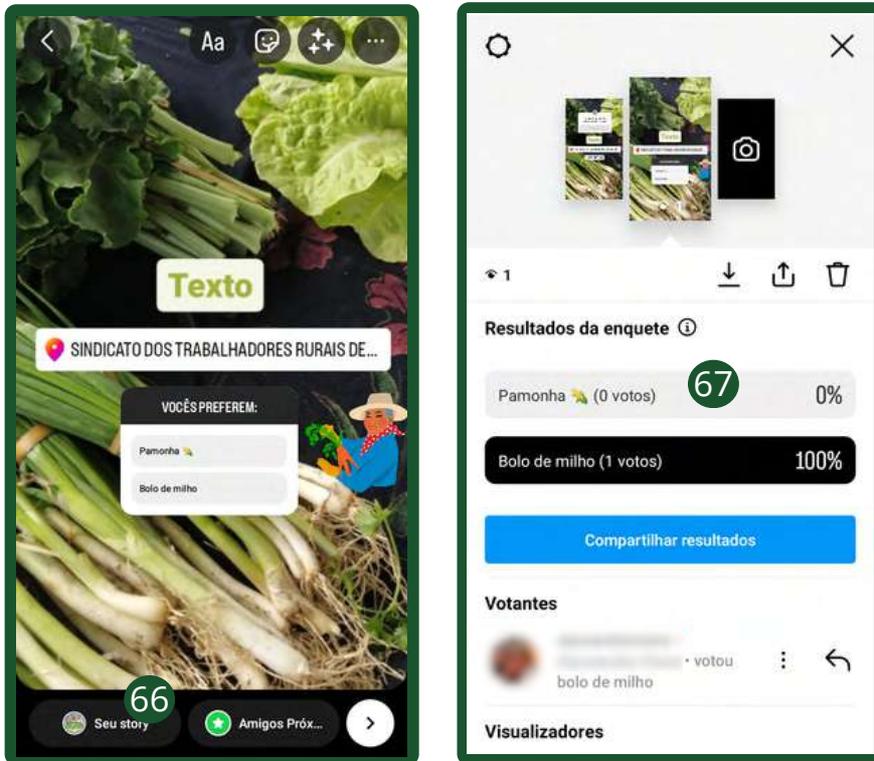
64. Selecione a cor da caixinha.

65. Clique na opção indicada para concluir.



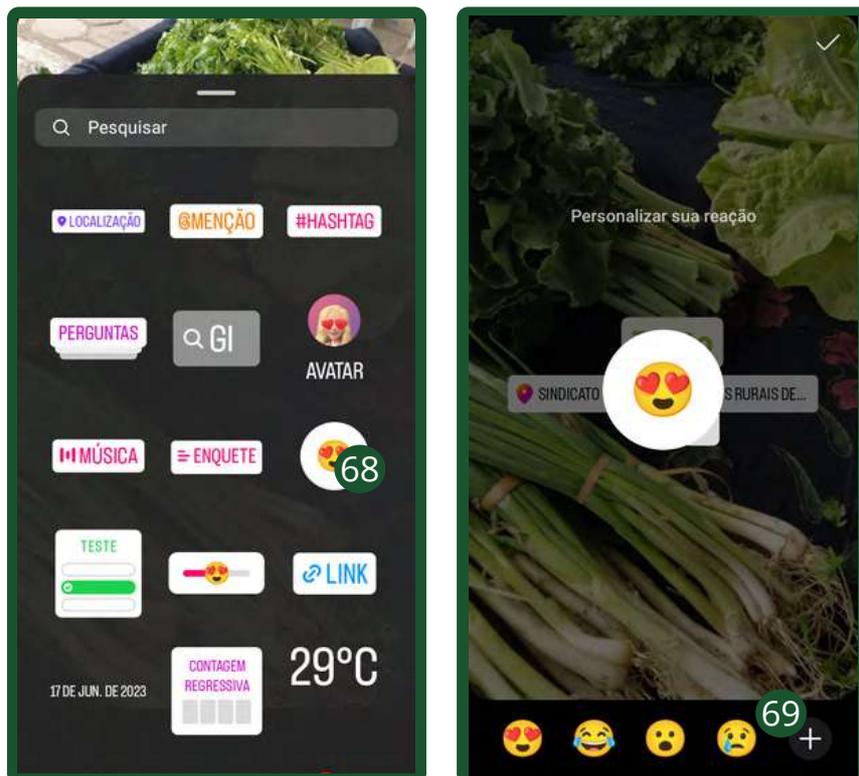
66. Publique o *post* com a enquete e aguarde os seus seguidores responderem.

67. Você conseguirá visualizar suas respostas na mesma opção na qual verifica os visualizadores (para tanto, veja o tutorial 4.1.7).



68. Insira um botão de reação.

69. Clique no ícone indicado para escolher o tipo de *emoji* com o qual os seus seguidores reagirão.



70. Selecione o *emoji*.

71. Após isso, selecione o ícone indicado para concluir.

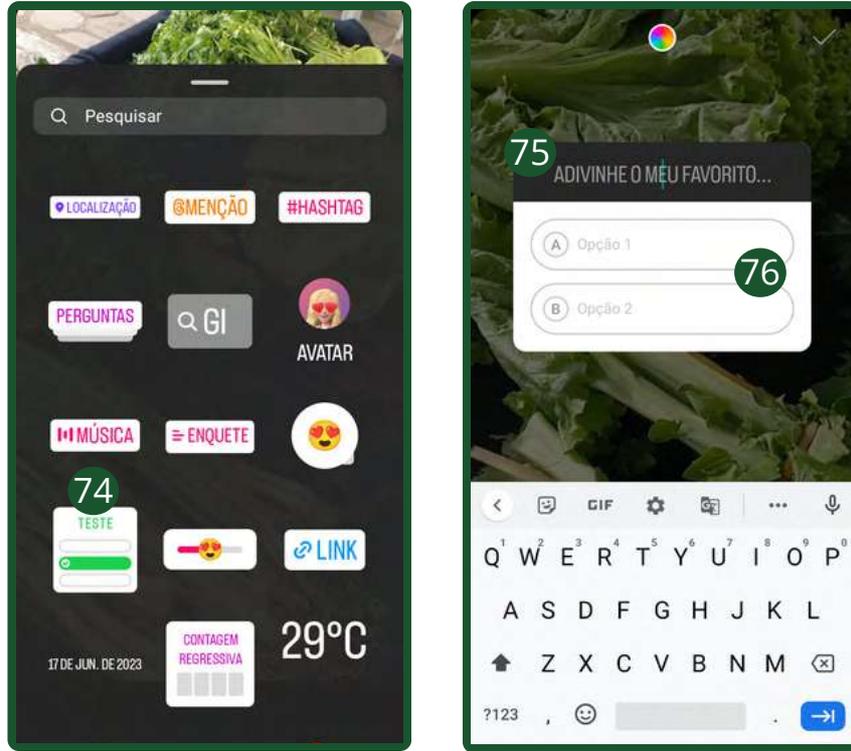


72. Publique o *post* com o botão de reação e aguarde os seus seguidores reagirem.

73. Você conseguirá visualizar as reações desse *story* na mesma opção na qual verifica os visualizadores (para tanto, veja o tutorial 4.1.7).



- 74. Insira testes com perguntas e opções de respostas.
- 75. Insira a pergunta.
- 76. Insira as opções de resposta nas lacunas indicadas.

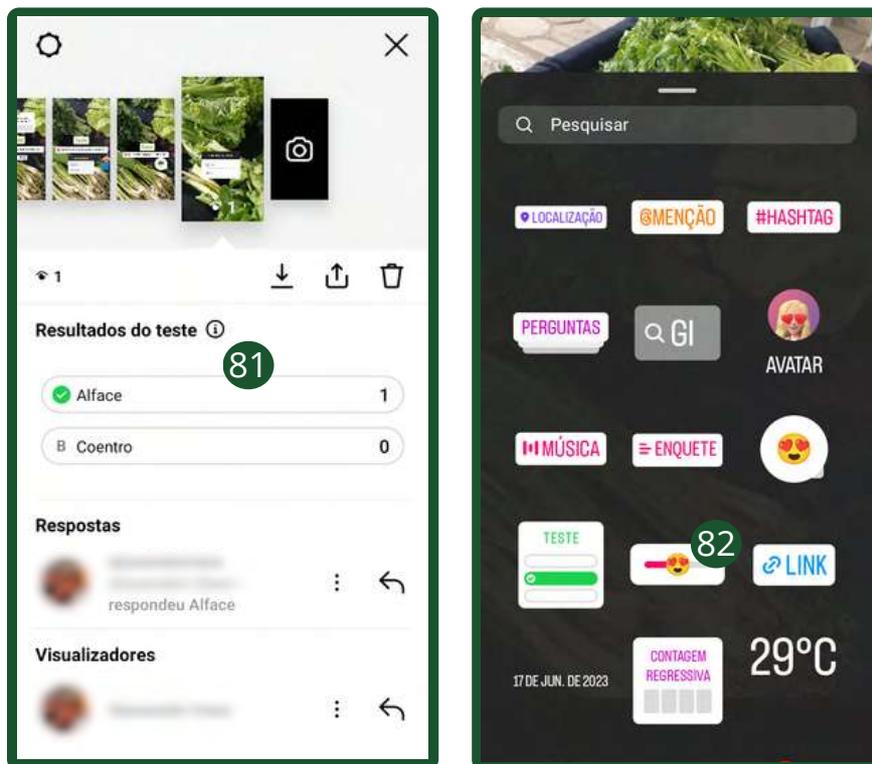


- 77. Clique no ícone indicado para selecionar a resposta correta (esta ficará na cor verde).
- 78. Selecione a cor da caixinha.
- 79. Clique na opção em destaque para salvar.
- 80. Publique o *post* com a pergunta e aguarde os seus seguidores responderem.



81. Você conseguirá visualizar suas respostas na mesma opção na qual verifica os visualizadores (para tanto, veja o tutorial 4.1.7).

82. Insira um botão de reação deslizante.



83. Selecione a cor da caixinha.

84. Insira um texto ou pergunta (opcional).

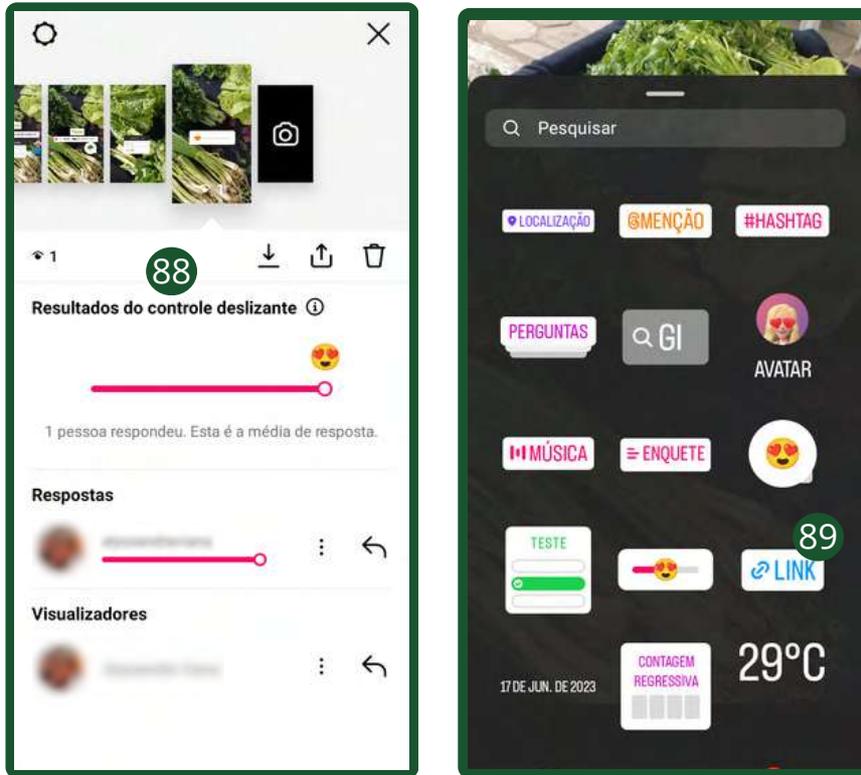
85. Selecione mais opções de *emoji*, deslizando o dedo na tela, conforme o movimento indicado na seta.

86. Clique na opção em destaque para salvar.

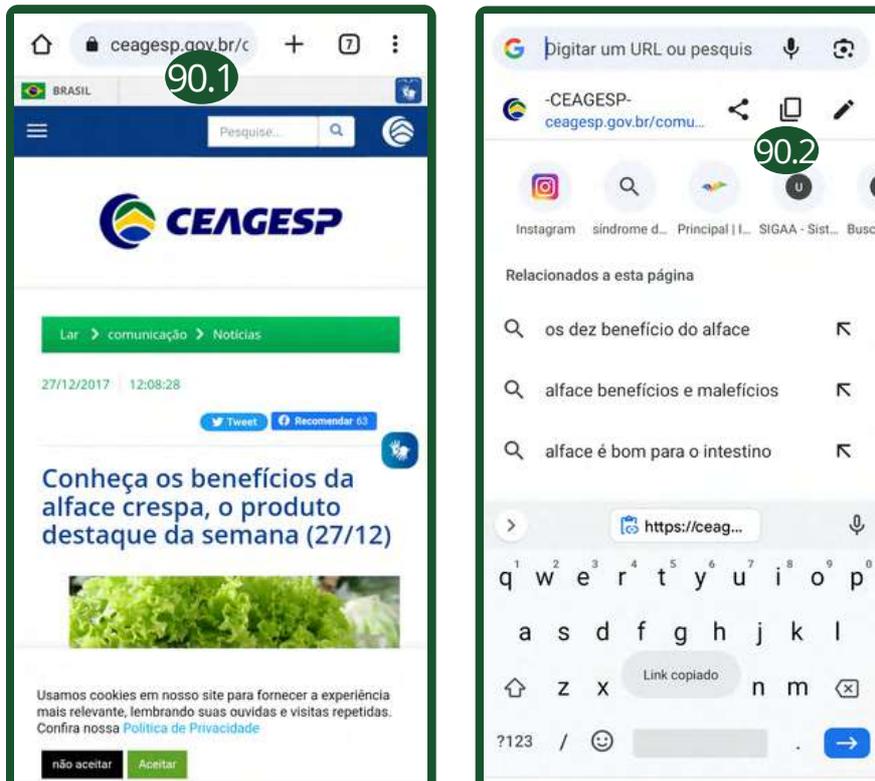
87. Publique o *post* com o botão de reação deslizante e aguarde os seus seguidores reagirem.



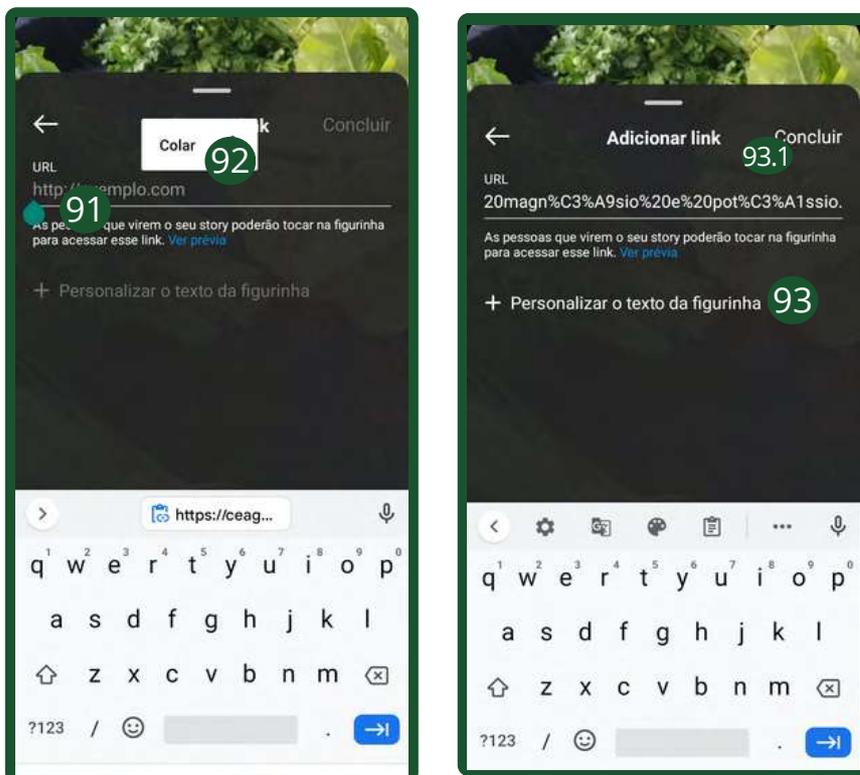
88. Você conseguirá visualizar as reações dos seguidores ao botão deslizante na mesma opção na qual verifica os visualizadores (para tanto, veja o tutorial 4.1.7).
89. Insira um *link* de acesso a um *site*, vídeo etc. disponível na internet.



90. Cabe destacar que, primeiramente, é necessário copiar o *link* de algum *site* ou vídeo, como ilustrado nas imagens abaixo: (90.1) Clique no *link*; (90.2) Copie o *link*.

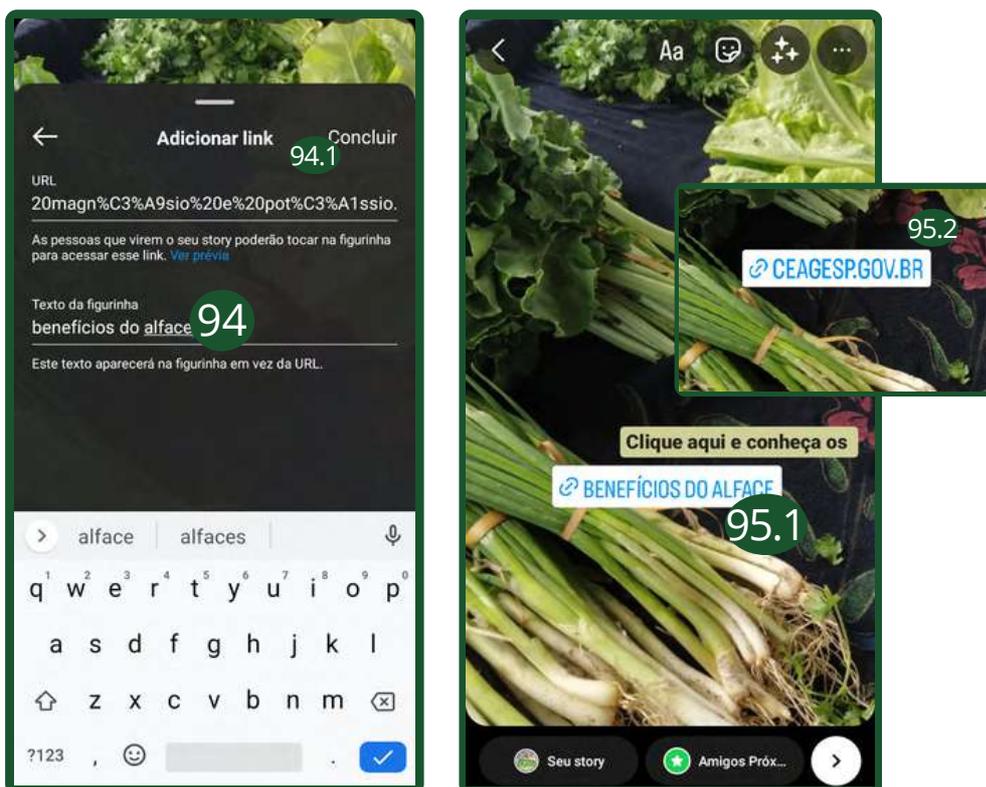


91. Após isso, na lacuna presente no Instagram, clique e pressione na opção de URL.
92. Selecione a opção "Colar", para inserir o *link* copiado anteriormente.
93. Clique na opção "+ Personalize o texto da figurinha" (opcional) ou (93.1) clique na opção indicada para concluir.

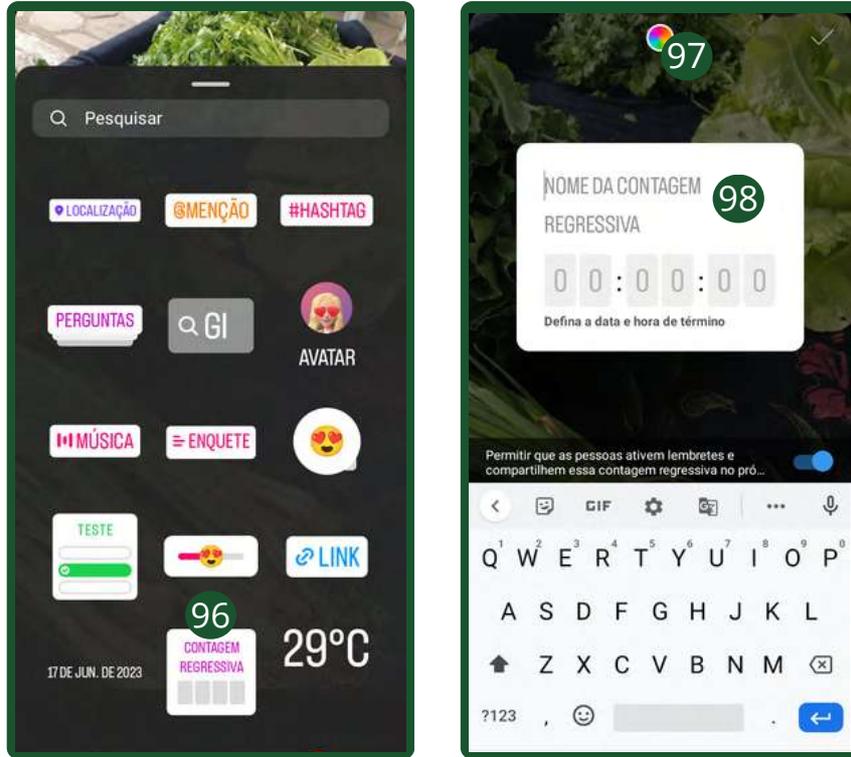


94. Se optar por personalizar o texto, insira-o na lacuna indicada e, na sequência, (94.1) clique na opção indicada para concluir.

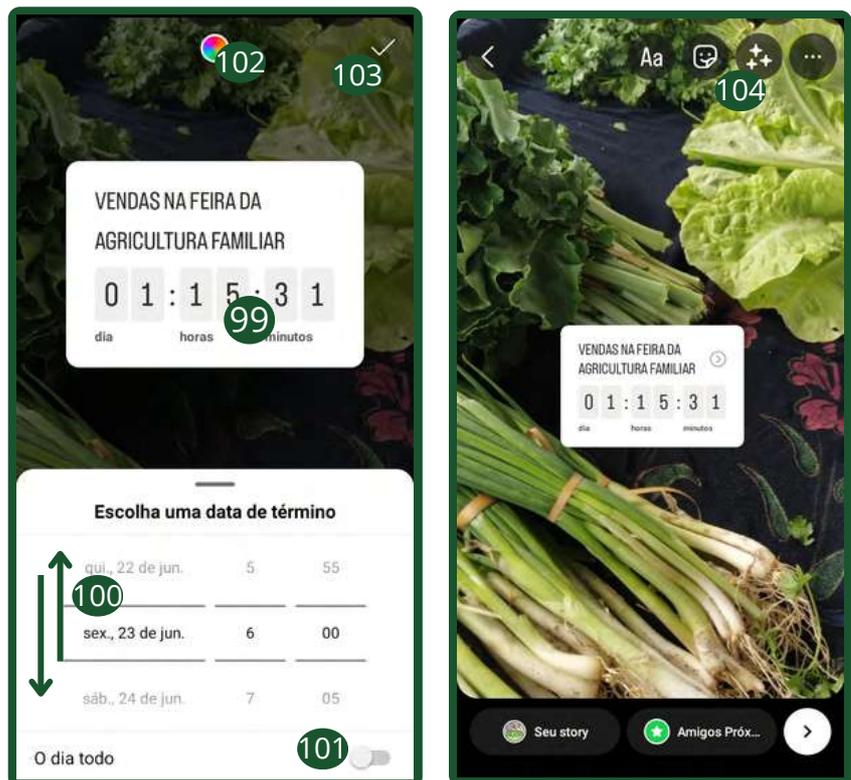
95. Observe as opções de *link* visíveis na postagem: (95.1) com texto personalizado e (95.2) sem.



96. Insira uma contagem regressiva para o início de algum evento.
 97. Selecione a cor da caixinha.
 98. Insira um nome da contagem regressiva.



99. Clique no local indicado para alterar a data.
 100. Fazendo o movimento indicado nas setas, ajuste a data, o mês, o ano e o horário referente ao fim da contagem regressiva.
 101. Clique na opção "o dia todo" para que o botão fique na cor cinza (caso esteja em azul).
 102. Clique na opção em destaque para alterar a cor.
 103. Selecione a opção indicada para concluir.
 104. Clique no ícone indicado para inserir efeitos no story.



105. Selecione mais opções de filtros, deslizando o dedo na tela conforme o movimento indicado na seta.

106. Selecione a opção indicada para concluir, diante da escolha ou não do filtro.

107. Clique no ícone indicado na imagem para inserir desenhos manuais.



108. Selecione a opção "Desenhar".

Observação: também é possível salvar o *post* na opção apresentada abaixo e inseri-lo no WhatsApp, por exemplo.

109. No ícone indicado, selecione o tipo de pincel desejado.

110. Selecione a cor do desenho.

111. Fazendo o movimento indicado nas setas, ajuste a espessura do traço para o desenho.



112. Deslize o dedo na tela, realizando o desenho desejado.

113. Em caso de erros, selecione a opção "Desfazer".

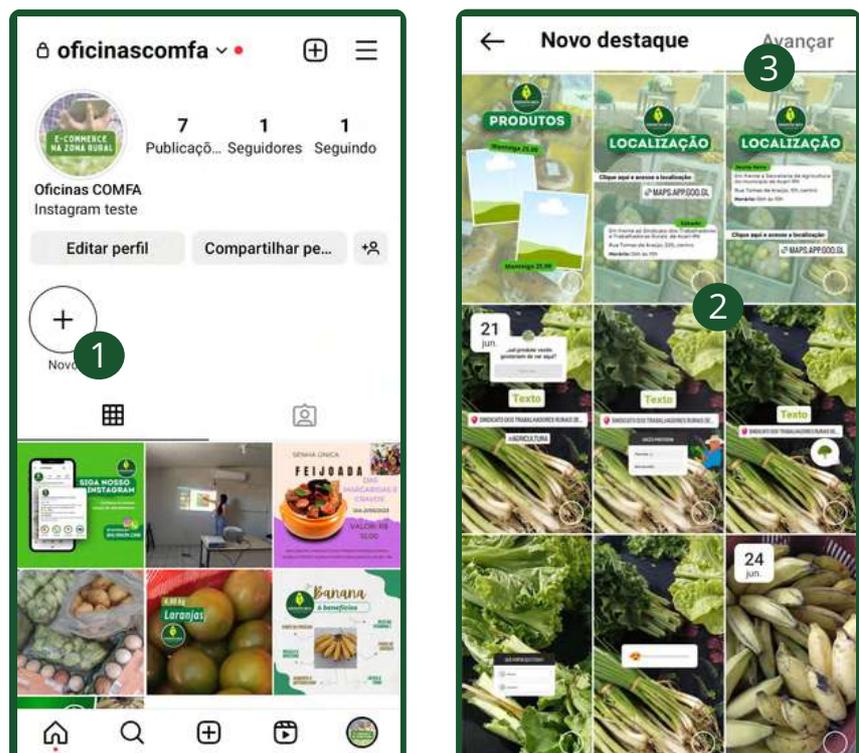
114. Após finalizado, selecione a opção "Concluir".

115. Ao concluir a postagem inserindo os elementos de interesse, clique na opção "Seu story" para postá-lo.



4.1.6 Como inserir story em destaques

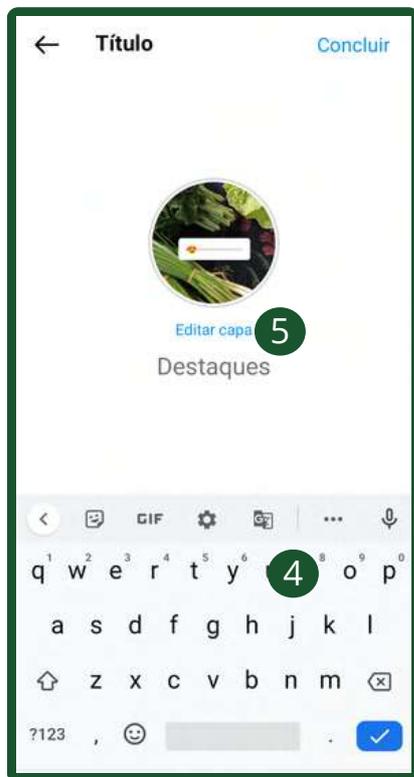
1. No perfil do Instagram, selecione a opção "Novo".
2. Selecione os *stories* que deseja inserir em destaque no perfil.
3. Em seguida, selecione a opção "Avançar".



4. Digite o título do "Destaques".

5. Selecione a opção "Editar capa".

6. Utilize a capa sugerida pelo Instagram (é possível ajustá-la fazendo o movimento de pinça) ou clique no ícone indicado para selecionar uma imagem de sua galeria.



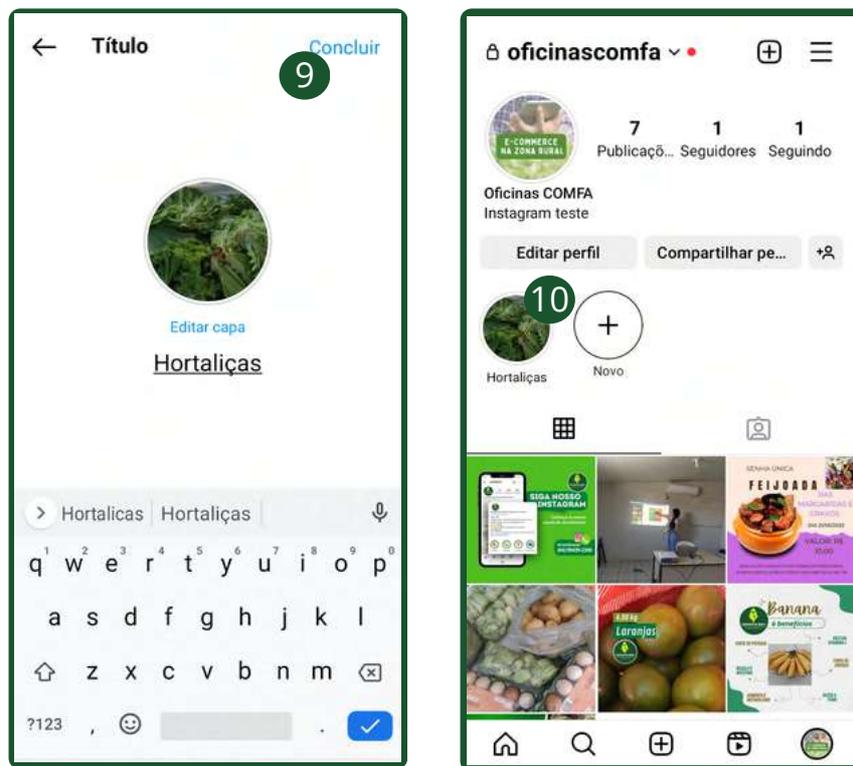
7. Selecione a imagem em sua galeria; após, (7.1) clique no ícone em destaque.

8. Clique na opção "Concluir".



9. Selecione novamente a opção "Concluir".

10. Após isso, o destaque ficará desse modo no perfil.

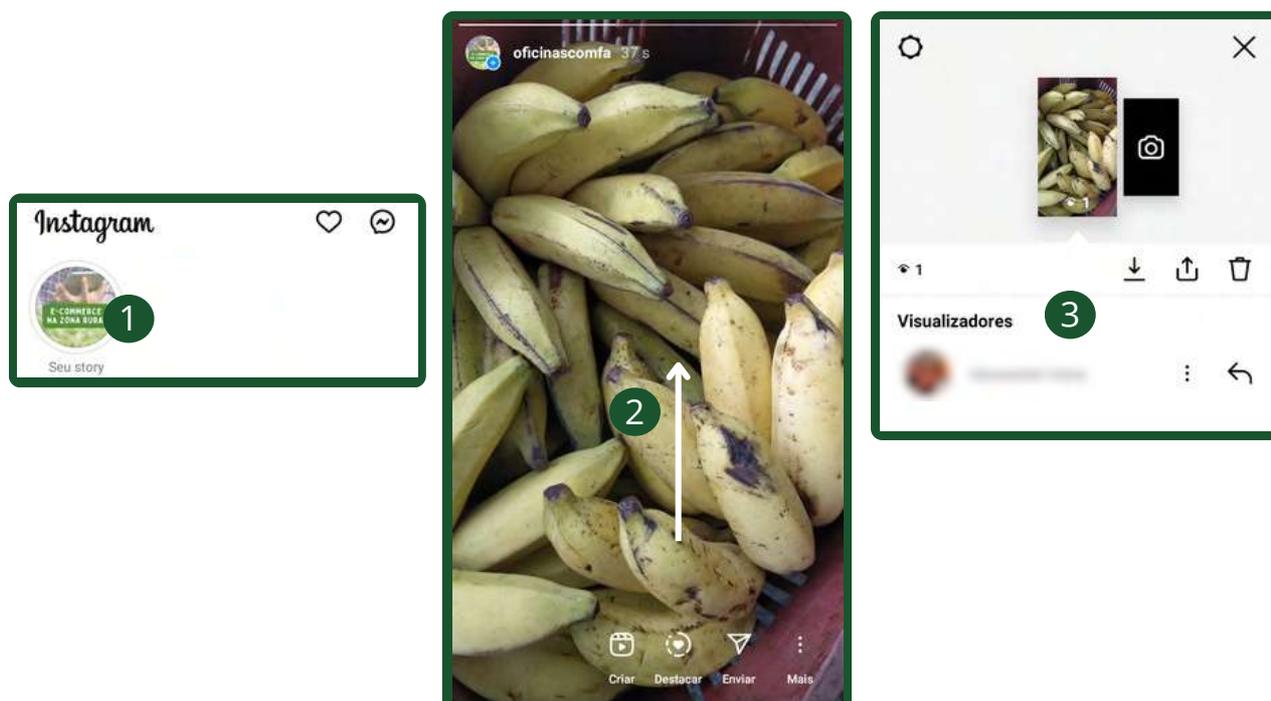


4.1.7 Como verificar os visualizadores de um story

1. Selecione o ícone do perfil no canto superior esquerdo da tela.

2. Deslize o dedo na tela conforme o sentido da seta.

3. Visualize os seguidores que já viram o story.



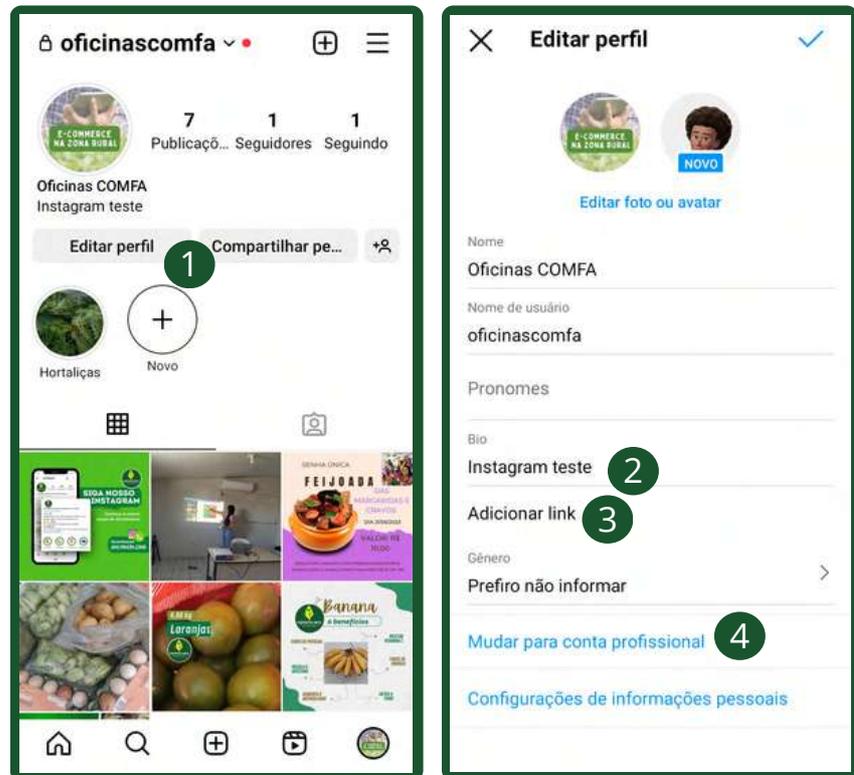
4.1.8 Como alterar o tipo de perfil (de pessoal para profissional)

1. Na página do perfil do Instagram, selecione a opção "Editar perfil".

2. Insira informações relevantes na biografia do Instagram.

3. Adicione o *link* (de WhatsApp, por exemplo).

4. Selecione a opção "Mudar para conta profissional".



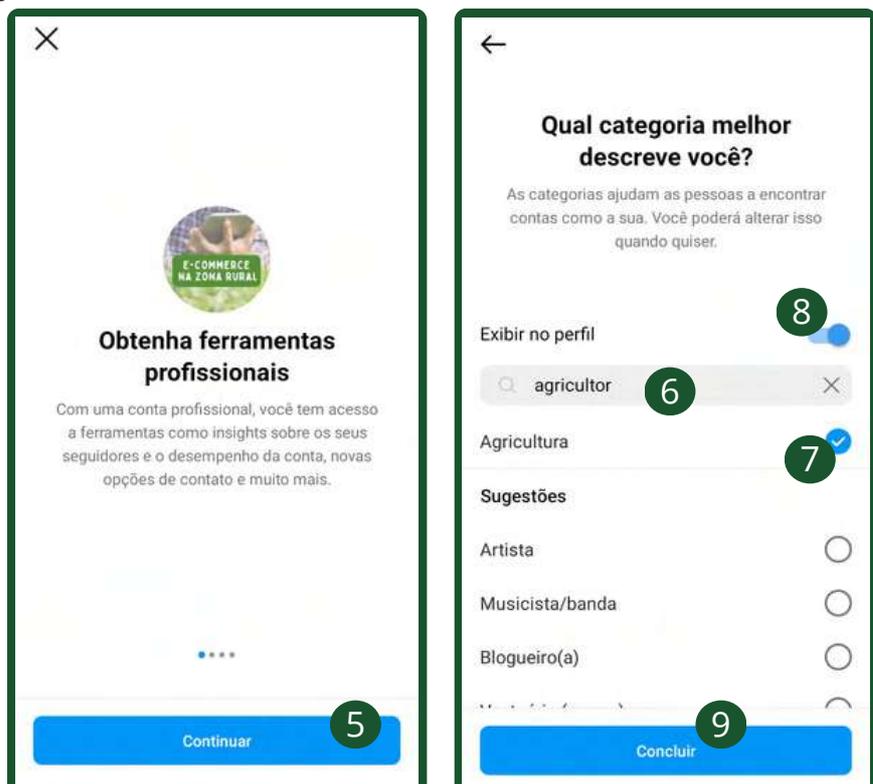
5. Clique quatro vezes na opção "Continuar".

6. Pesquise a categoria na qual o perfil mais se adequa.

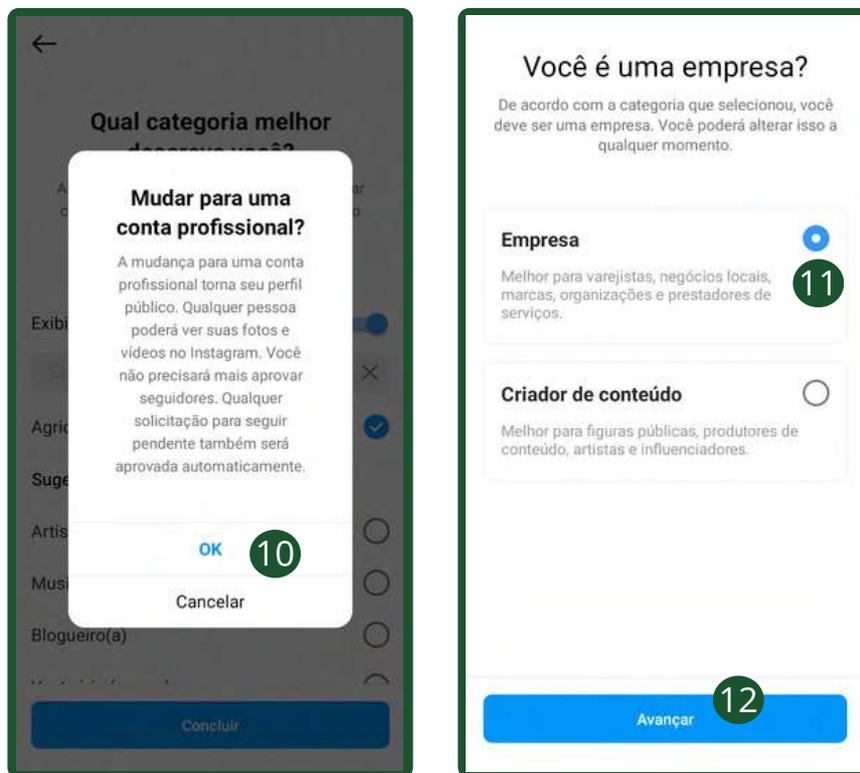
7. Clique na categoria desejada.

8. Selecione a opção "Exibir no perfil" para que fique na cor azul (caso esteja na cor cinza).

9. Em seguida, selecione a opção "Continuar".



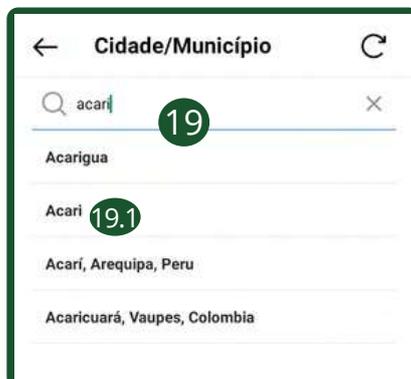
10. Clique na opção "Ok".
11. Selecione a opção "Empresa".
12. Em seguida, selecione a opção "Avançar".



13. Clique na opção indicada para que o ícone fique cinza (caso esteja em azul).
14. Selecione a opção "Avançar".
15. Clique na lacuna indicada e insira um número de telefone profissional com o qual os clientes poderão entrar em contato.
16. Clique no espaço indicado para inserir o endereço profissional ou local de vendas.



17. Insira o endereço no local indicado.
18. Clique na opção "Cidade/município".
19. Pesquise o nome da cidade; em seguida, (19.1) clique sobre o nome.
20. Insira o CEP no local indicado. Feito isso, (21) clique na opção "Concluir".
22. Selecione a opção "Pular".



23. Clique na opção indicada para concluir.
24. Observe um exemplo de perfil profissional com as informações inseridas (biografia, *link* de localização etc.).

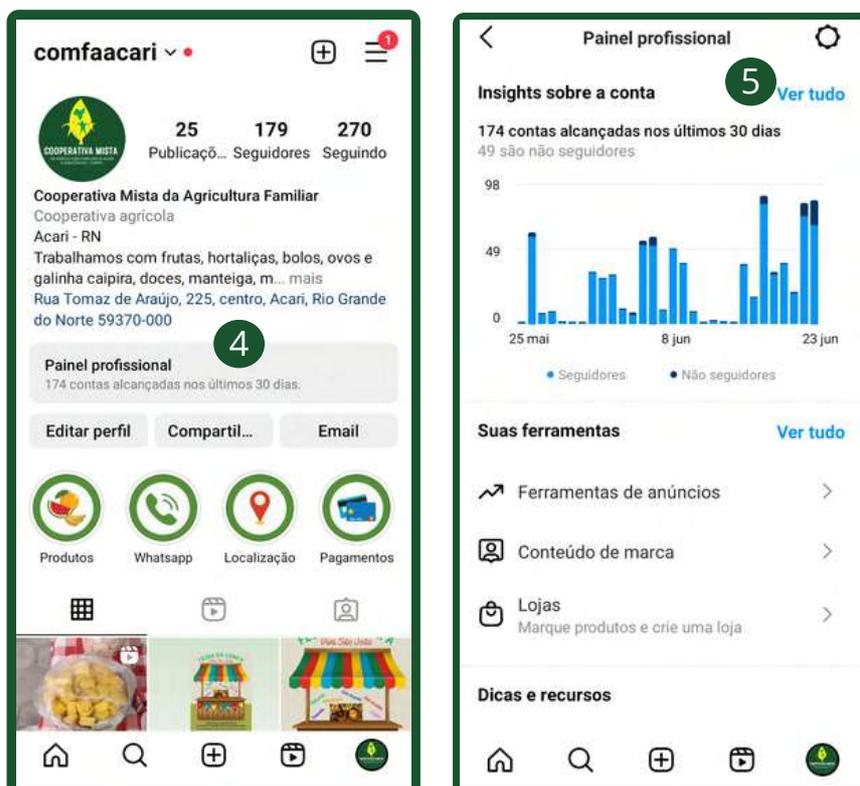


4.1.9 Como visualizar o engajamento do perfil e de publicações específicas

1. Selecione a publicação desejada.
2. Em seguida, clique na opção "Ver insights".
3. Deslize o dedo na tela conforme o movimento da seta e veja todas as interações e o alcance da publicação.



4. Para visualizar o engajamento do perfil como um todo, clique na opção "Painel profissional".
5. Clique na opção "Ver tudo".



6. Clique na opção "Contas alcançadas".

7. Deslize o dedo na tela conforme o movimento da seta e veja todos os detalhes referentes às contas alcançadas (principais cidades, faixas etárias, gênero etc.).

8. Clique na opção indicada para voltar e selecionar a opção seguinte (9) "Total de seguidores".



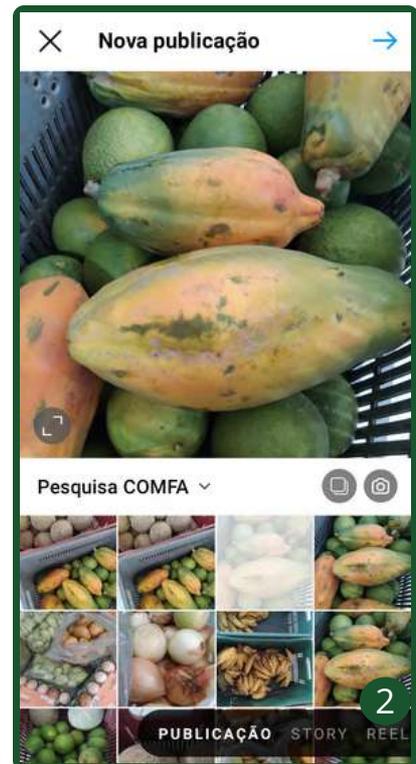
10. Deslize o dedo na tela conforme o movimento da seta e veja todos os detalhes referentes aos seguidores da conta (principais localizações, períodos mais ativos etc.).



4.1.10 Como publicar um vídeo no reel

O *reel* compreende um vídeo curto, gravado e publicado na vertical, que tem a potencialidade de alcançar um amplo público por meio do explorar.

1. Selecione o ícone indicado.
2. Clique na opção "Reel".



3. Selecione o vídeo desejado na galeria.

4. As funções disponíveis para *reel* são semelhantes às do *story*. Assim, caso tenha interesse em inseri-las, veja o tutorial do 4.1.5, em específico, os itens:

Música: 51 a 59 (a música em plano de fundo no seu *reel* é opcional, de modo que você poderá manter o áudio original do vídeo).

Texto: 4 a 11.

Outros elementos:

- Enquete: 60 a 65
- Teste: 74 a 80
- Botão de reação deslizante: 82 a 87

GIF: 36 a 39

- Avatar: 40 a 50
- Filtro: 104 a 106



5. Após inserir (ou não) os itens, selecione a opção "Avançar".

6. Selecione a opção "Editar capa".

7. Realize o movimento indicado nas setas para selecionar a imagem de capa do reel.

8. Após isso, selecione a opção "Cortar imagem do perfil" para ajustar a imagem que ficará disponível na grade do perfil.



9. Realize o movimento indicado nas setas para ajustar.

10. Logo após, selecione a opção indicada para concluir.

11. Aparecerá a mesma tela presente na imagem acima, no canto direito; nela, clique na opção "Concluir".

Observação: a tela exposta, na sequência, é a mesma da imagem acima, só que, dessa vez, no canto esquerdo. A partir dela, também é possível marcar perfis nesse reel.

12. Após selecionar a opção "Marcar pessoas", clique no ícone indicado (12.1).



13. Clique na lacuna de pesquisa e insira o nome do perfil.

14. Em seguida, clique nele.

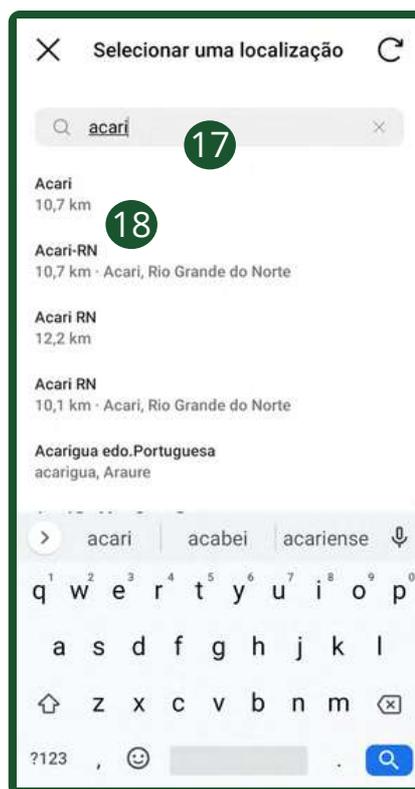
15. Selecione a opção indicada para concluir.



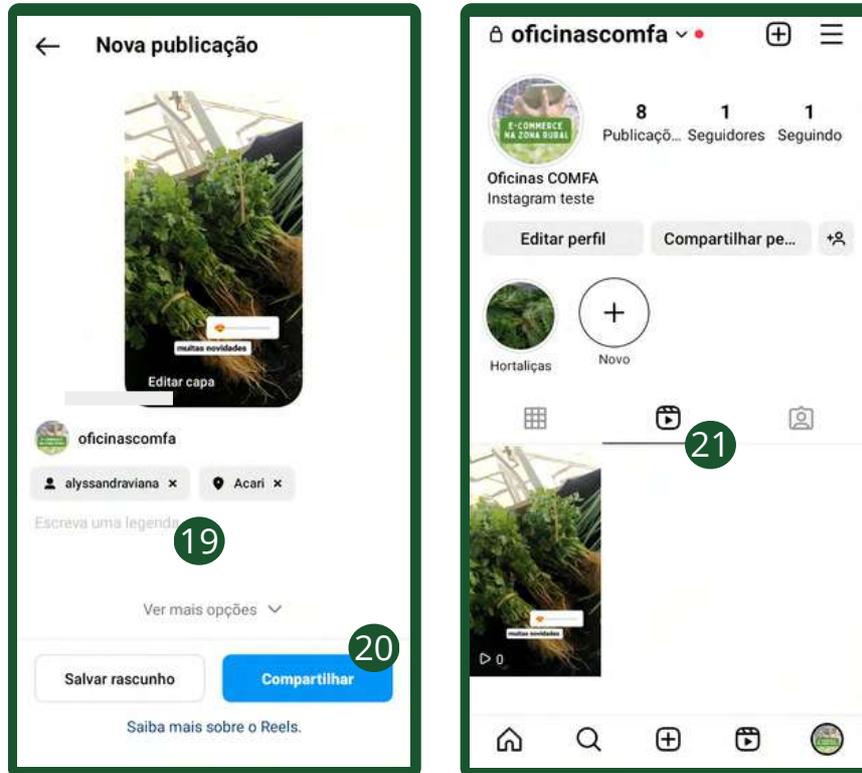
16. Selecione a opção "Adicionar localização" para inserir um local na postagem.

17. Clique na lacuna de pesquisa e insira o nome do local.

18. Em seguida, clique nele.



19. Insira uma legenda para o *reel*. Lembre-se de inserir *hashtags*, pois isso impulsiona o engajamento do vídeo no explorar.
20. Na sequência, clique na opção "Compartilhar".
21. O *reel*, além de aparecer na grade do *feed*, também fica em destaque no perfil em um espaço separado.



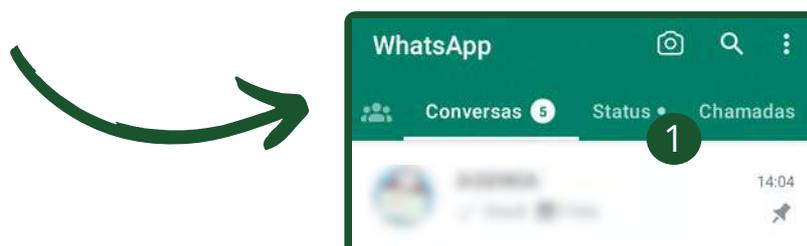
4.2 WhatsApp

O WhatsApp é um aplicativo que possibilita a interação/conversação entre pessoas, por meio de mensagens instantâneas. Com a ampliação de seus recursos, também é possível publicar fotos e vídeos em *status* que ficam disponíveis por 24h para todas as pessoas cujo número de telefone está salvo na lista de contatos.

Trata-se de uma ferramenta que pode ser utilizada para divulgar produtos para clientes que, por exemplo, já têm salvo o número de contato da(o) cooperativa, empresa rural, agricultor(a) etc.

4.2.1 Como publicar fotos e vídeos no *status*

1. Na tela inicial do WhatsApp, no canto superior, selecione a opção "Status".



2. Selecione o ícone indicado.
3. Clique no botão em destaque para tirar uma foto diretamente da câmera ou pressione-o para gravar um vídeo; ou
4. Clique no local indicado para selecionar uma imagem da galeria do seu celular.



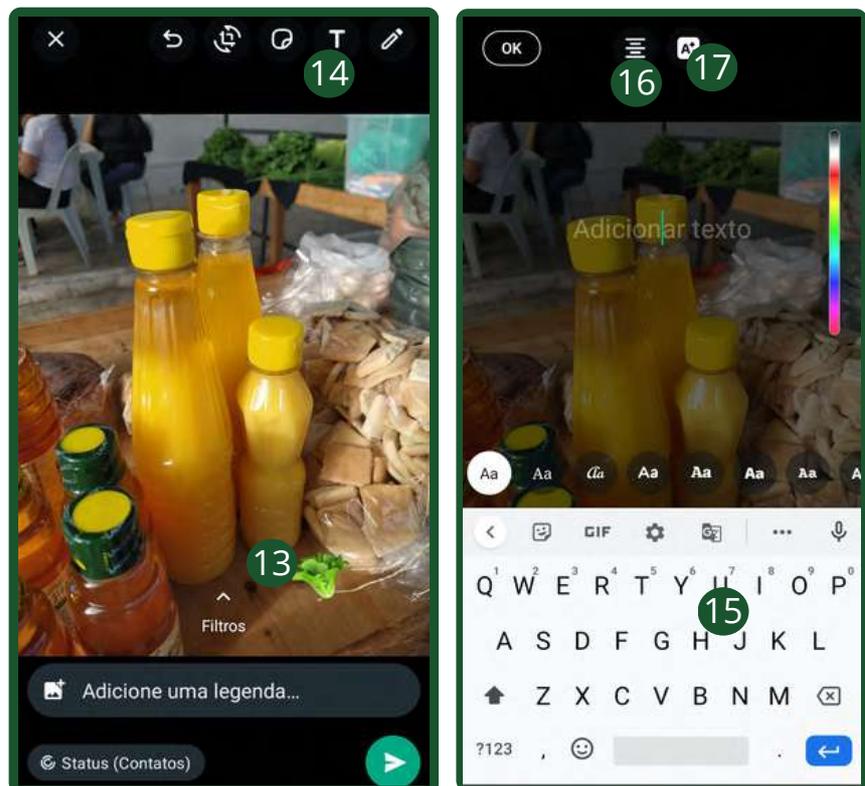
5. Selecione a imagem desejada na galeria, caso tenha selecionado essa opção no ícone 4.
6. Clique no ícone indicado para cortar ou girar a imagem.



7. Para cortar a imagem, pressione e arraste as laterais para o centro da tela.
8. Clique no ícone indicado para girar a imagem até chegar à posição desejada.
9. Selecione a opção "Ok" quando concluir.
10. Clique no ícone indicado para inserir figurinhas ou *emojis* na imagem.
11. Insira *emojis* e figurinhas clicando na opção indicada.
12. Para para inserir na imagem *emoji* ou figurinha, clique em cima desta(s).



13. Realize o movimento de pinça para diminuir ou ampliar o(a) *emojil* figurinha inserido(a) e/ou o(a) arraste na tela para posicioná-lo(a) conforme desejado.
14. Clique no ícone em destaque para inserir textos na imagem.
15. Digite o texto.
16. Selecione o ícone indicado para centralizar ou alinhar à esquerda/ direita o texto.
17. Insira um plano de fundo no texto, clicando na opção indicada.



18. Selecione o tipo da fonte (para mais opções, role o dedo na tela seguindo a seta).
19. Selecione a cor do texto rolando o dedo no ícone indicado, conforme o movimento das setas.
20. Clique na opção "Ok" quando concluir.
21. Selecione o ícone indicado para inserir desenhos manuais.



22. Escolha a cor rolando o dedo no ícone indicado, conforme o movimento da seta.
23. Para ampliar a espessura do traço do pincel, toque no ícone indicado e arraste-o de acordo com o movimento da seta.
24. Selecione o tipo de pincel.
25. Deslize o dedo na tela para realizar o desenho desejado.
26. Desfaça as inserções em caso de erro.
27. Clique em "Ok" quando concluir.



28. Selecione a opção indicada para postar a imagem no *status*.



4.2.2 Como verificar os visualizadores de um *status*

1. Selecione a opção "Meu status" no canto superior da tela.
2. Deslize o dedo na tela conforme o sentido da seta verde.
3. Visualize os contatos que já viram o seu *status*.



5 Transações bancárias

As transações bancárias são as diversas formas de se realizar e receber pagamentos, por meio de agências bancárias, sem precisar de contato físico com clientes e fornecedores. Para tanto, é necessário alguns dados e informações, como:

- Nome completo da pessoa física (PF) ou jurídica (PJ) titular da conta;
- nome da instituição financeira, a agência e o número da conta que receberá a transferência;
- o tipo da conta (conta corrente ou poupança) e, em alguns casos, é necessário também o número da operação;
- no caso do Pix, é necessário ter apenas a chave.

É válido destacar, entretanto, a importância de ter os dados citados até mesmo para transações por Pix, para que não haja erro durante a digitação das informações e na transferência de valores entre contas. **Senso assim, sempre confirme o nome do titular e confira se digitou corretamente a chave.**

Conhecer e inserir essas formas de pagamento em seu negócio é essencial para manter-se atualizado em relação às demais empresas no mercado.

Hoje, a utilização de ferramentas *online* tanto para pagar quanto para receber pela oferta de produtos e serviços, está cada vez mais fácil, **segura, ágil** e acessível. Por isso, já fazem parte da rotina de todos aqueles que lidam com o comércio em meio digital.

• Segurança

Os dados da empresa e de seus clientes são mantidos sob sigilo e com o uso de criptografia para evitar fraudes.

• Agilidade

As transações são feitas com muita rapidez, o que é bom tanto para o cliente quanto para a empresa, que não perde tempo com autorizações e análises de cada compra.

Fonte: SEBRAE, (s.d.), p. 15-16)

Nesta seção, você aprenderá como utilizar as ferramentas de Pix, transferência e pagamento, em instituições bancárias como o Banco do Brasil, Nubank e Caixa.

5.1 Banco do Brasil

O Banco do Brasil é uma instituição financeira vinculada, em parte, ao Governo Federal brasileiro e consta de agências físicas na maioria dos municípios da federação. Além de ter acesso aos serviços oferecidos nesses locais, que contam, inclusive, com o auxílio de servidores especializados, os usuários também podem realizar transações por meio do seu aplicativo bancário.

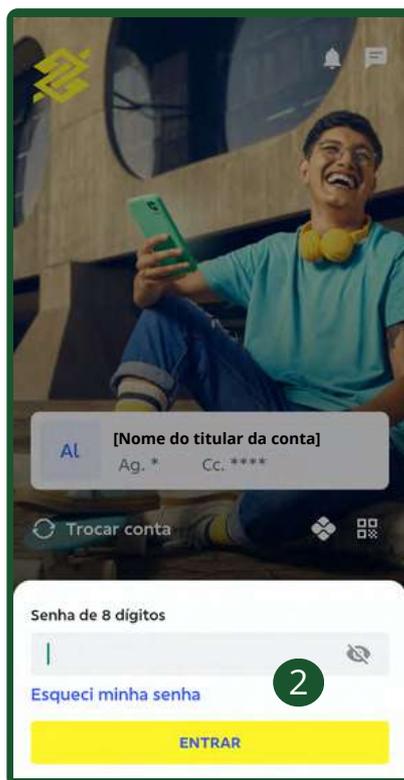
O aplicativo está disponível para celulares com sistemas Android e IOS e pode ser acessado no *link*:

<https://www.bb.com.br/site/pra-voce/solucoes-digitais/aplicativo-bb/>.

Importante: para realizar qualquer transação financeira no aplicativo bancário, o aparelho celular deve estar desbloqueado para o acesso a tais funções. O desbloqueio é feito em um caixa eletrônico, em agência bancária física. Em caso de dificuldades, fale com um atendente. Além disso, cabe lembrar que **o Banco do Brasil utiliza duas senhas diferentes: uma de 8 dígitos para acesso ao aplicativo e a outra de 6 dígitos para a realização de transações financeiras.**

5.1. Como realizar Pix por QR Code

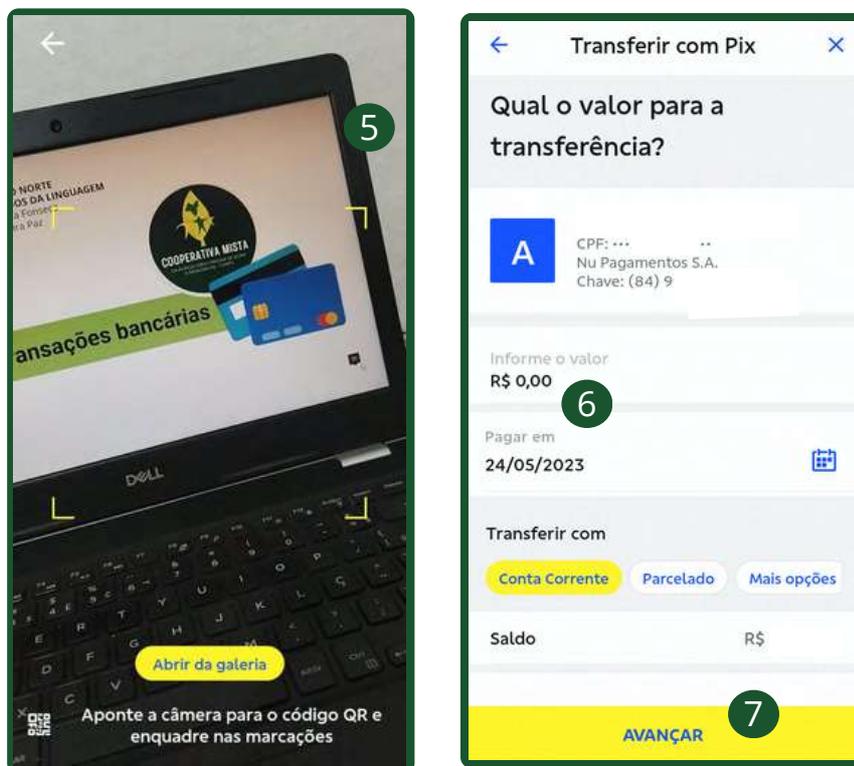
1. Acesse o aplicativo do BB em seu celular e clique no ícone em destaque.
2. Digite sua senha de 8 dígitos e selecione a opção "Entrar".



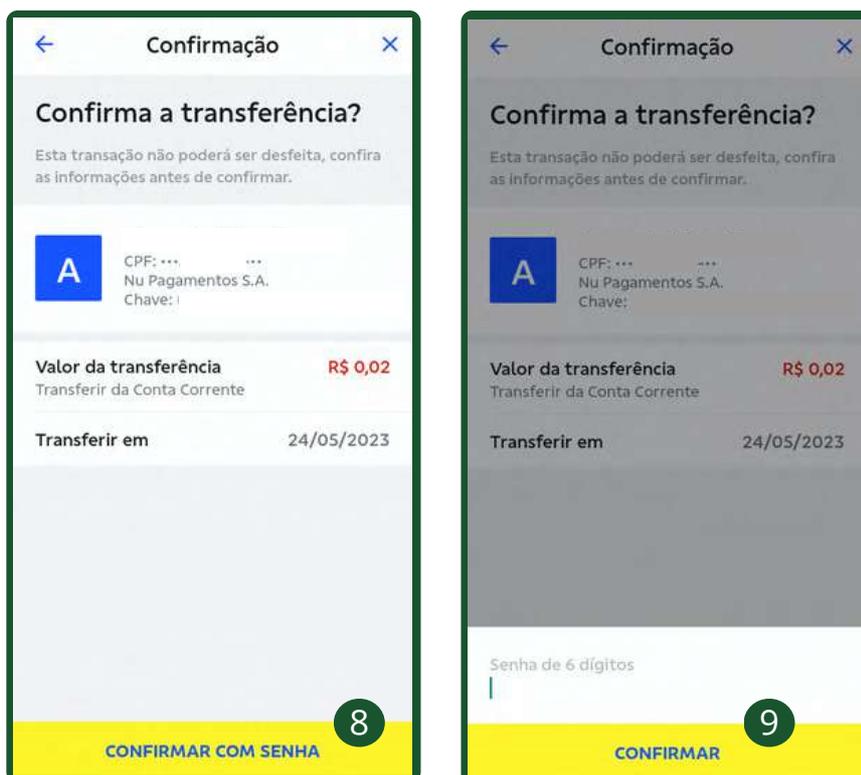
3. Selecione a opção "Pix"
4. Selecione a opção "Ler um QR Code"



5. Aponte a câmera para o código QR e enquadre nas marcações.
6. Insira o valor da transferência.
7. Selecione a opção "Avançar".

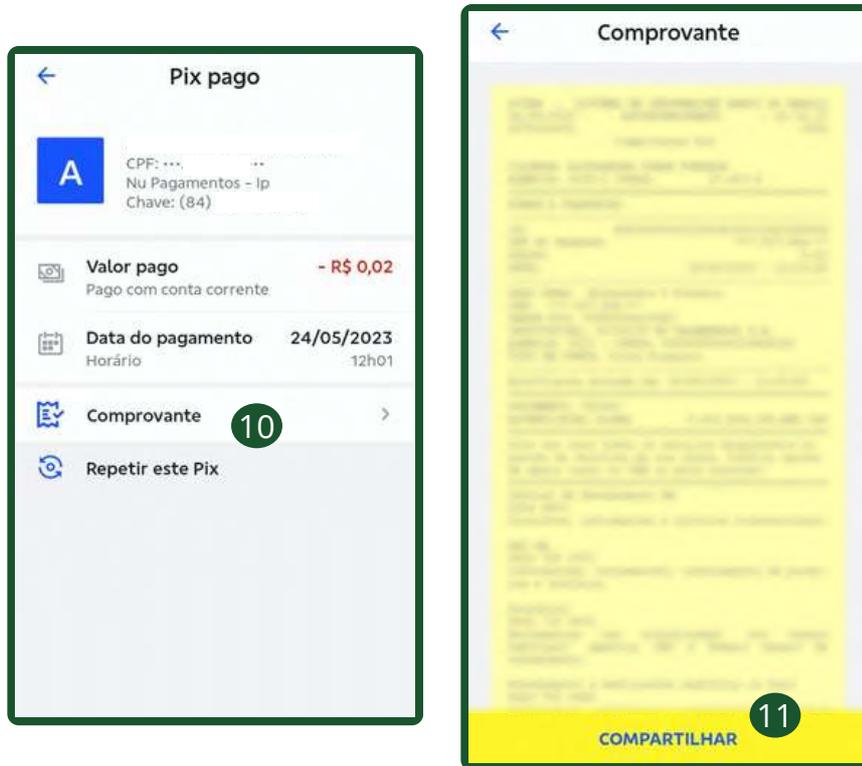


8. Após conferir se as informações estão corretas, selecione a opção "Confirmar com senha".
9. Insira sua senha de 6 dígitos e selecione a opção "Confirmar".



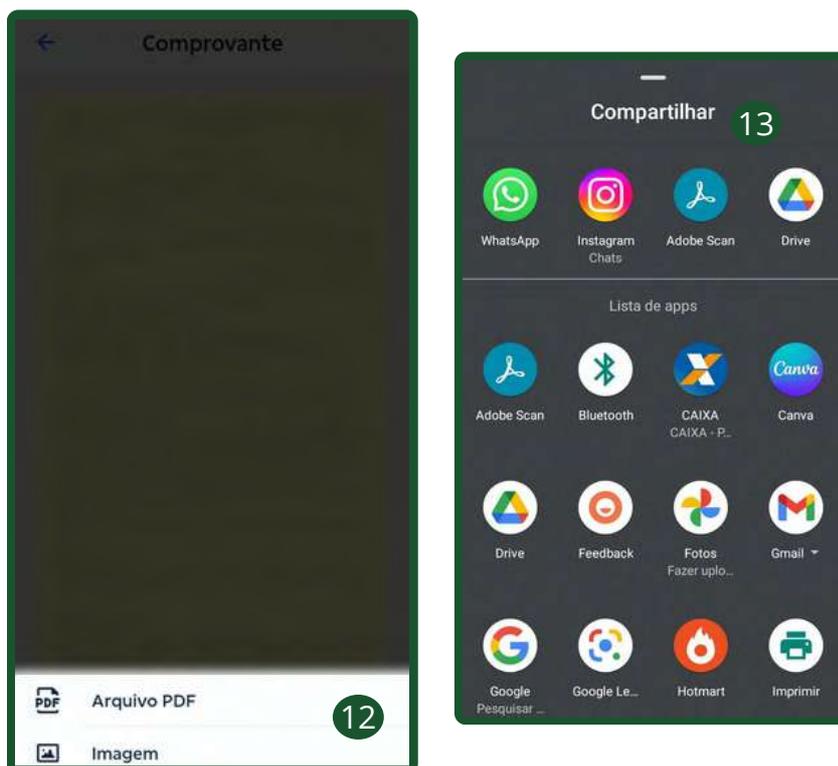
10. Se quiser compartilhar o comprovante de transferência, selecione a opção "Comprovante".

11. Selecione a opção "Compartilhar".



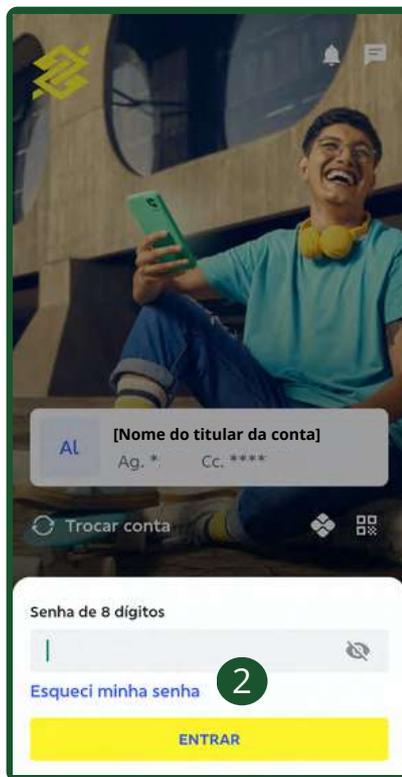
12. Selecione o formato de arquivo a ser enviado: Imagem ou PDF.

13. Selecione o meio de envio: WhatsApp, Instagram, e-mail etc.



5.1.2 Como realizar Pix por inserção de chave

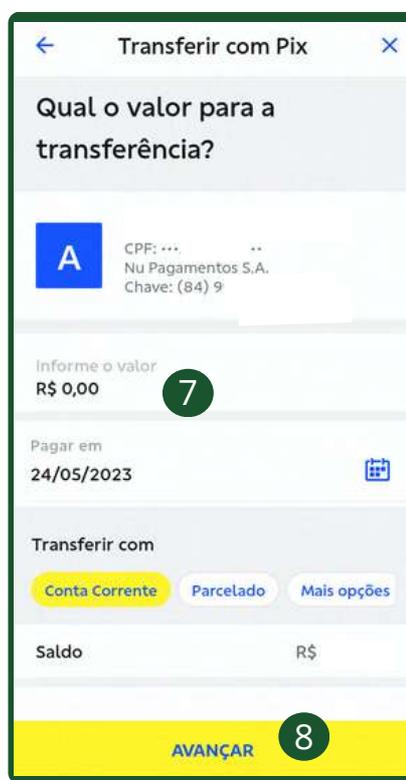
1. Acesse o aplicativo do BB em seu celular e clique no ícone em destaque.
2. Digite sua senha de 8 dígitos e selecione a opção "Entrar".



3. Selecione a opção "Pix".
4. Selecione a opção "Pagar ou transferir".



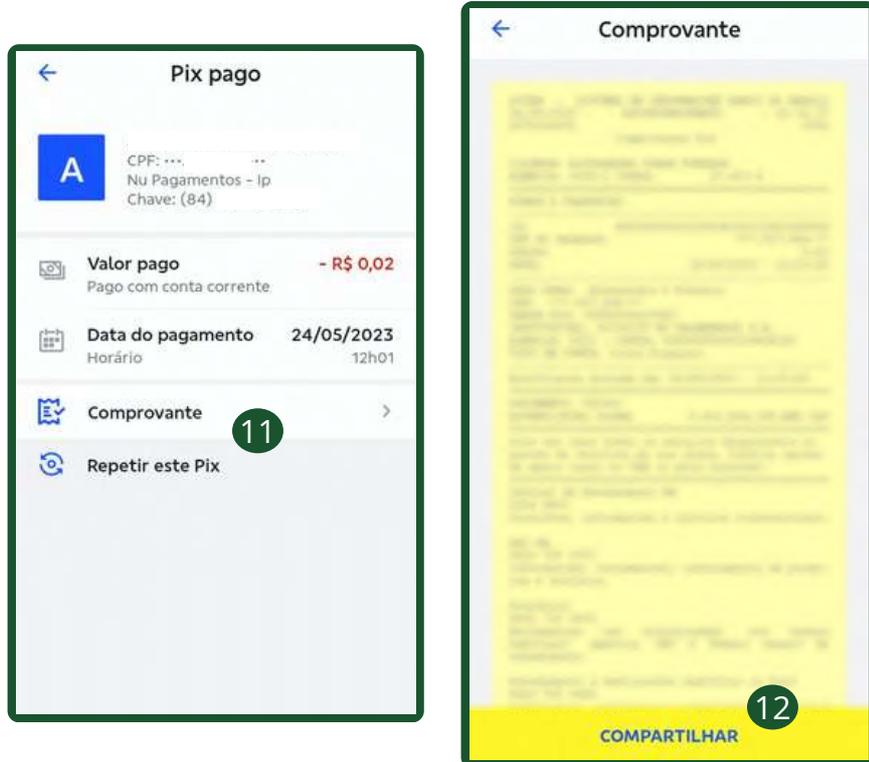
5. Insira a chave Pix.
6. Selecione a opção "Avançar".
7. Insira o valor da transferência.
8. Selecione a opção "Avançar".



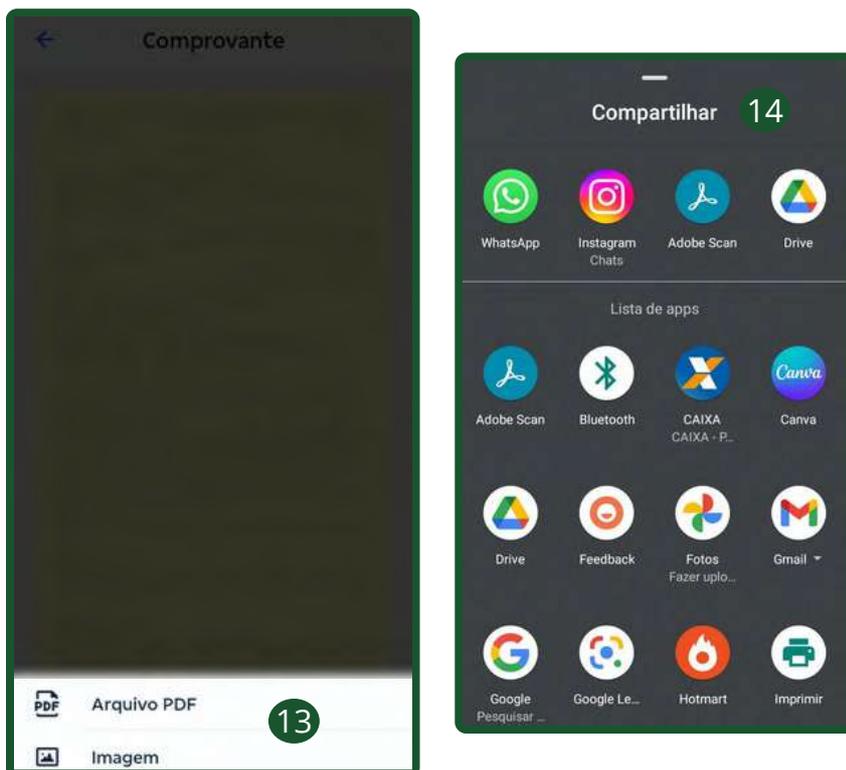
9. Após conferir se as informações estão corretas, selecione a opção "Confirmar com senha".
10. Insira sua senha de 6 dígitos e selecione a opção "Confirmar".



11. Se quiser compartilhar o comprovante de transferência, selecione a opção "Comprovante".
12. Selecione a opção "Compartilhar".



13. Selecione o formato de arquivo a ser enviado: Imagem ou PDF.
14. Selecione o meio de envio: WhatsApp, Instagram, e-mail etc.



5.1.3 Como cadastrar uma chave Pix

Essa função é importante para que você possa receber transferências financeiras, sem precisar enviar todos os dados de sua conta (número, agência, operação etc.). Para tanto:

1. Acesse o aplicativo do BB em seu celular e clique no ícone em destaque.
2. Digite sua senha de 8 dígitos e selecione a opção "Entrar".



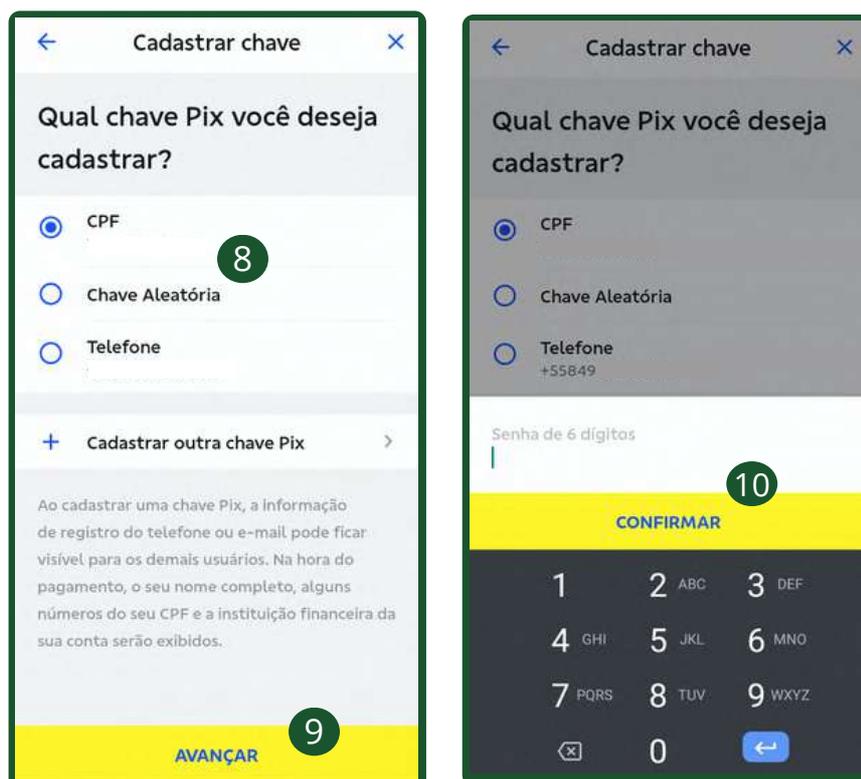
3. Selecione a opção "Pix".
4. Selecione a opção "Minhas chaves".



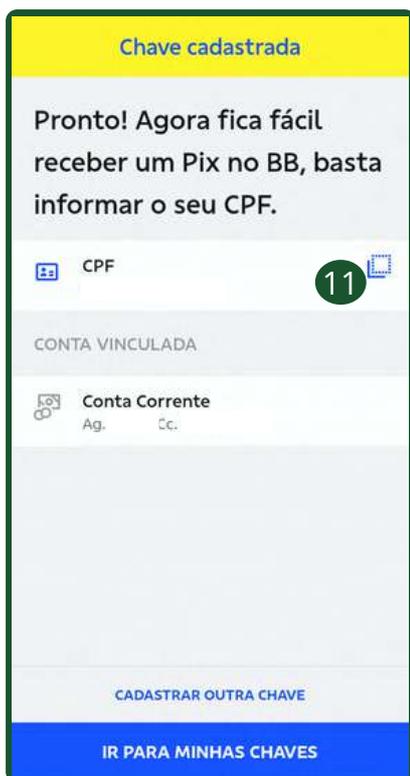
5. Selecione a opção "Cadastrar".
6. Selecione o tipo de conta na qual deseja receber o valor financeiro via Pix.
7. Selecione a opção "Avançar".



8. Selecione o tipo de chave: número de CPF, telefone, e-mail etc.
9. Selecione a opção "Avançar".
10. Insira sua senha de 6 dígitos e selecione a opção "Confirmar".



11. Agora é só copiar e compartilhar a sua chave.

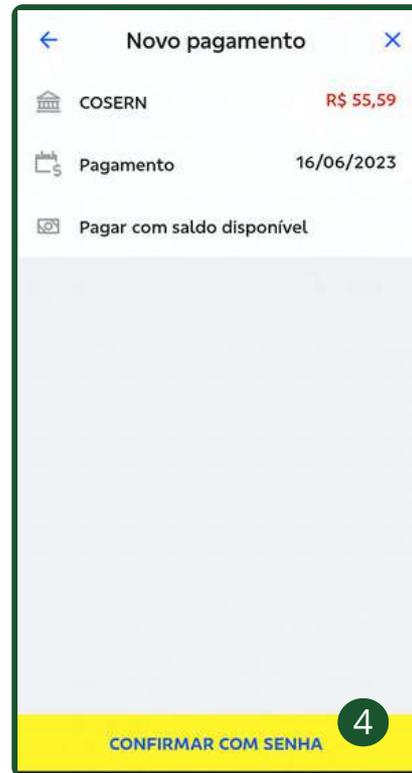


5.1.4 Pagamento por boleto/por código de barras

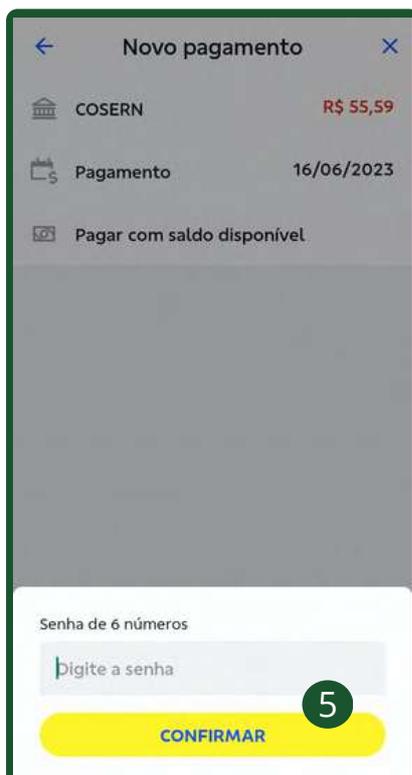
1. Na tela inicial do seu *app*, clique na opção "Pagamento".
2. Enquadre o código de barras dentro das marcações.



3. Selecione a opção "Avançar".
4. Em seguida, selecione a opção "Confirmar com senha".

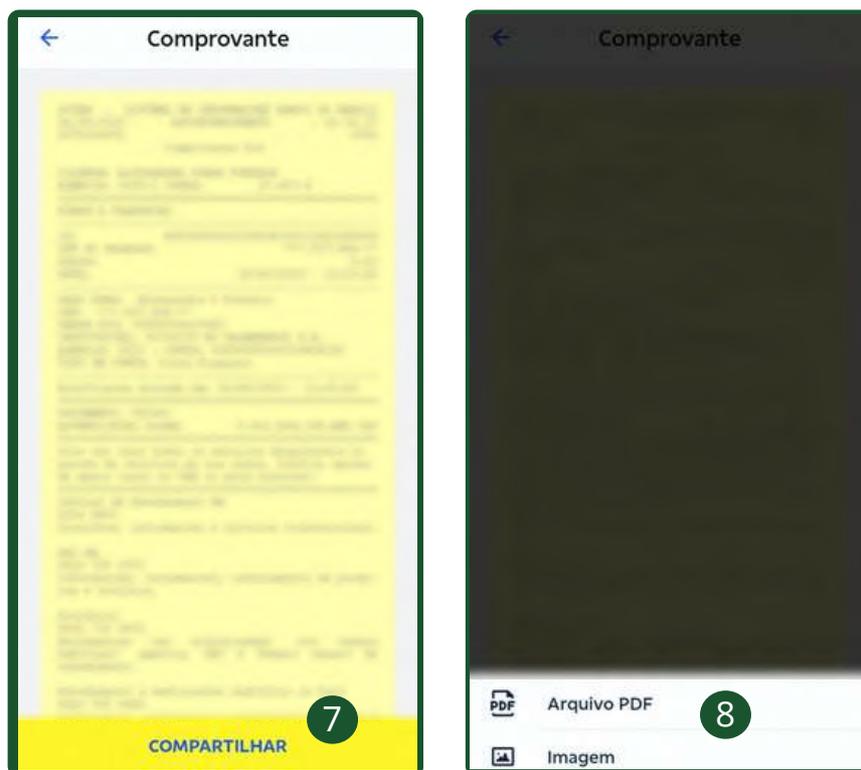


5. Insira sua senha de 6 números e selecione a opção "Confirmar".
6. Se quiser compartilhar o comprovante, selecione a opção "Comprovante".



7. Selecione a opção "Compartilhar".

8. Selecione o formato de arquivo a ser enviado: Imagem ou PDF.



9. Selecione o meio de envio do comprovante:
:WhatsApp, Instagram, e-mail etc.



Essa opção de compartilhamento de comprovantes de pagamento é importante, pois assegura tanto para o cliente quanto para o vendedor que a transferência referente ao pagamento do produto ou serviço foi realizada.

Solicite de seus clientes o envio do comprovante em caso de compras *online* ou, pelo menos, visualize-o em caso de vendas em espaços físicos/presenciais.

5.2 Nubank

A Nubank é uma instituição financeira digital voltada para a oferta de serviços bancários, disponibilizando, entre outras funções, o uso de cartões de crédito e débito.

O seu aplicativo está disponível para celulares com sistemas Android e IOS e pode ser acessado no *link*: <https://nubank.com.br/>.

Cabe destacar que, como a Nubank é uma instituição digital, para resolver questões burocráticas com algum atendente, é necessário utilizar os canais virtuais de comunicação, pois não há prédios físicos para esse serviço.

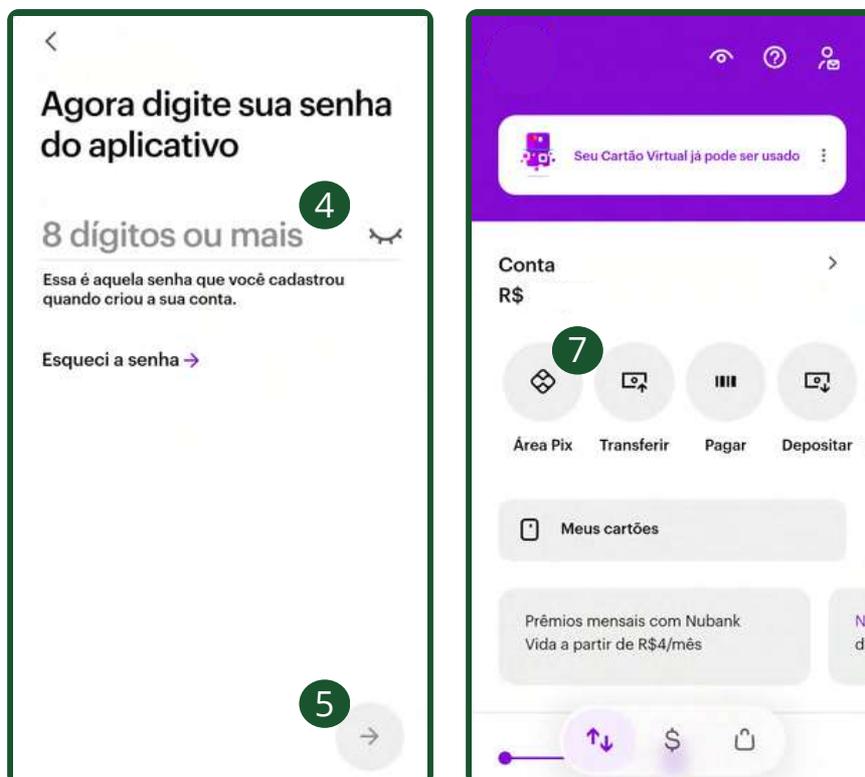
5.2.1 Como realizar Pix por inserção de chave

1. Acesse o aplicativo da Nubank em seu celular e selecione a opção "Entrar na minha conta".
2. Digite a numeração do seu CPF.
3. Selecione o ícone indicado para avançar.

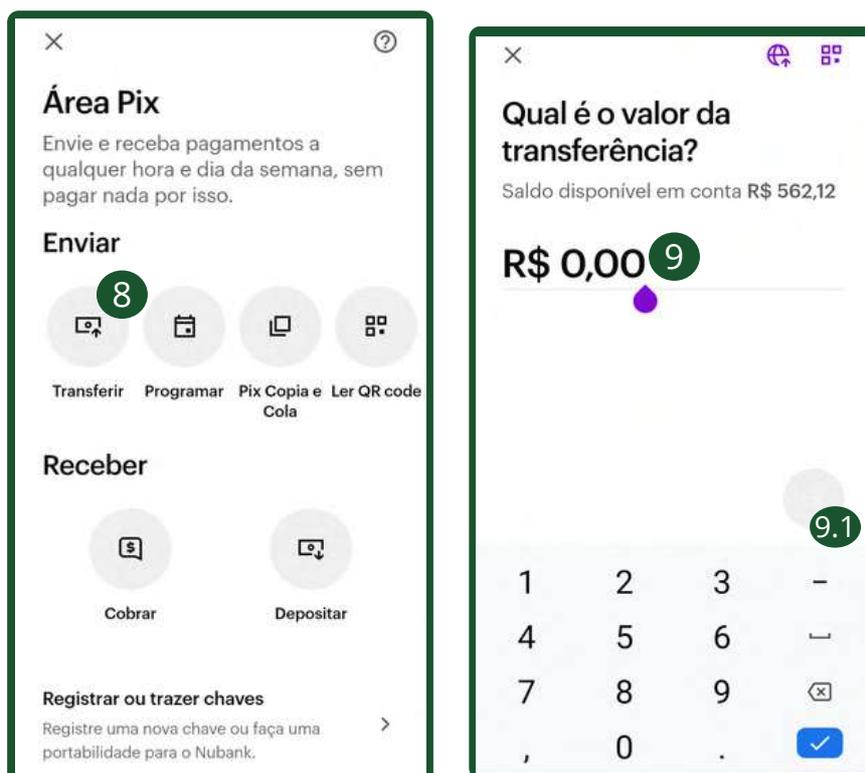


Ressaltamos que as imagens de algumas etapas a ser realizadas no tutorial de orientação de uso do aplicativo não foram inseridas, haja vista não ser possível capturar a tela por restrições da instituição. Nesses casos, haverá ao lado da orientação, entre parênteses, a informação "sem imagem".

4. Digite sua senha de acesso.
5. Selecione o ícone indicado para avançar.
6. Digite a senha do seu celular (sem imagem).
7. Selecione a opção "Área pix".



8. Selecione a opção "Transferir".
9. Insira o valor da transferência e selecione o ícone indicado para avançar (9.1).



10. Digite a chave Pix.

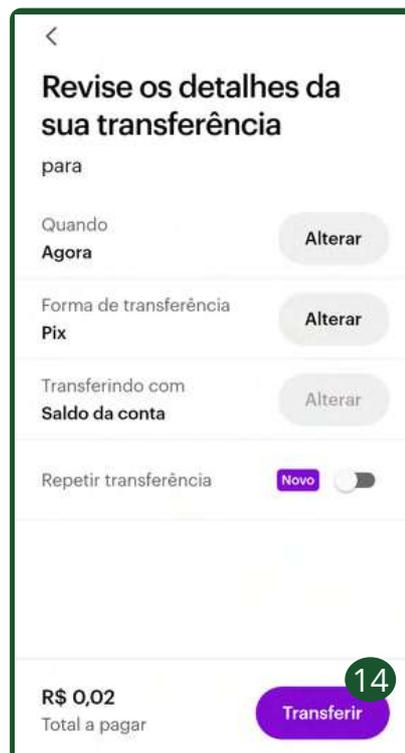
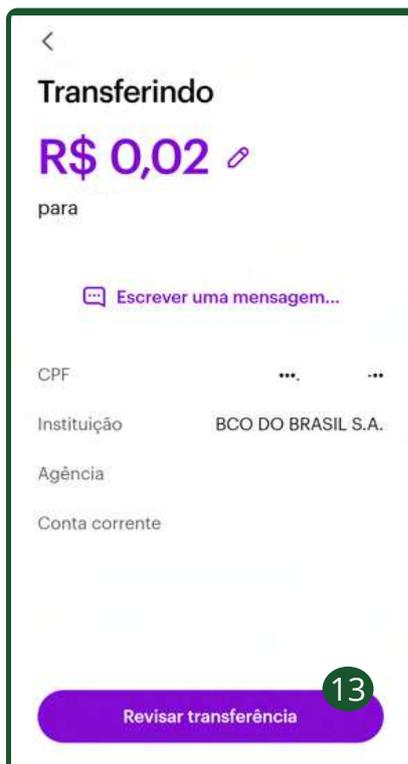
11. Em seguida, selecione a opção "Transferir para este (número, e-mail, CPF)" (sem imagem).

12. Selecione a instituição de envio.



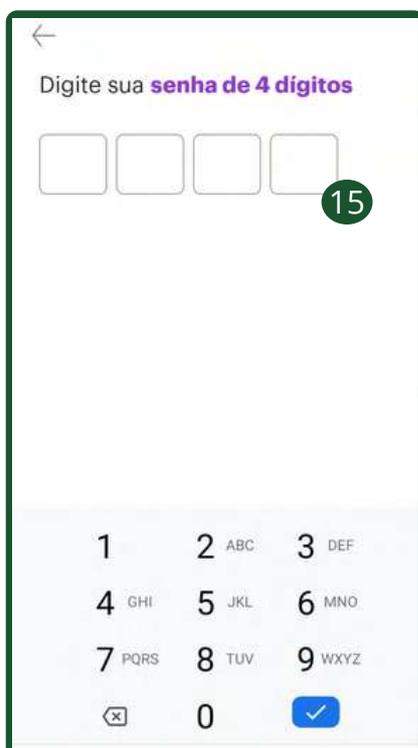
13. Confira os dados da transferência e selecione a opção "Revisar transferência".

14. Selecione a opção "Transferir".



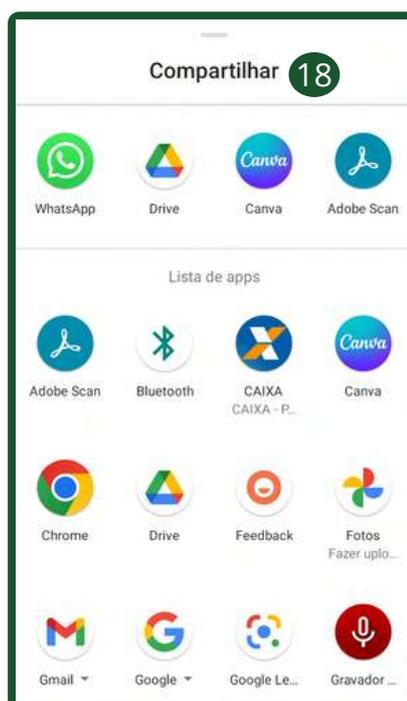
15. Digite sua senha de 4 dígitos.

16. Se quiser compartilhar o comprovante de transferência, selecione a opção "Enviar comprovante".



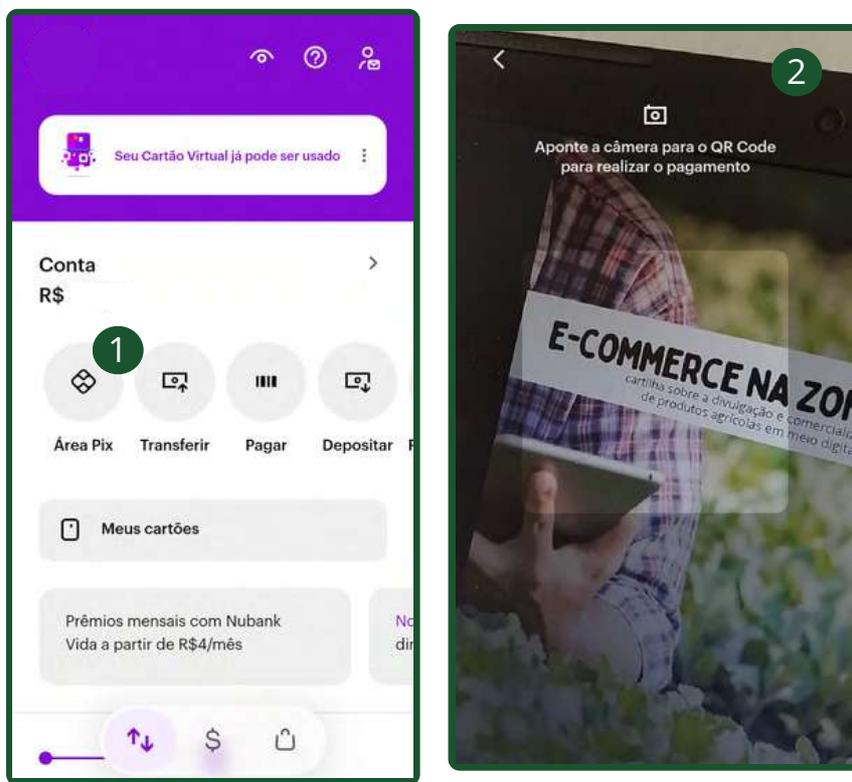
17. Selecione o ícone indicado.

18. Selecione o meio de envio do comprovante: WhatsApp, Instagram, e-mail etc.

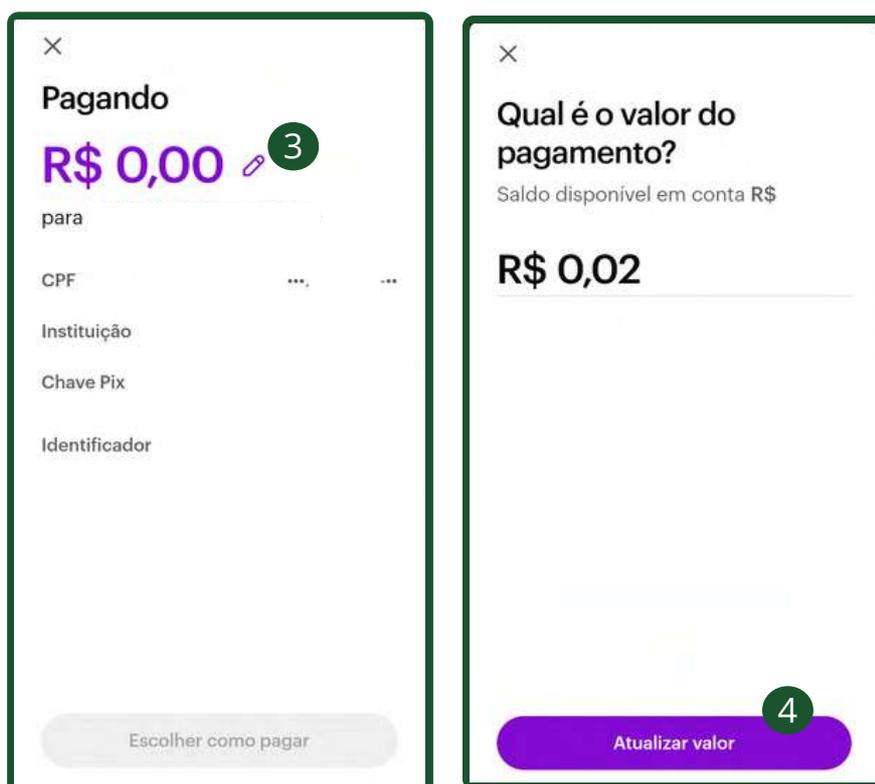


5.2.2 Como realizar Pix por QR Code

1. Na tela inicial do *app*, selecione a opção "Área Pix"; em seguida, (1.1) clique na opção "Ler QR Code" (sem imagem).
2. Aponte a câmera para o QR Code.

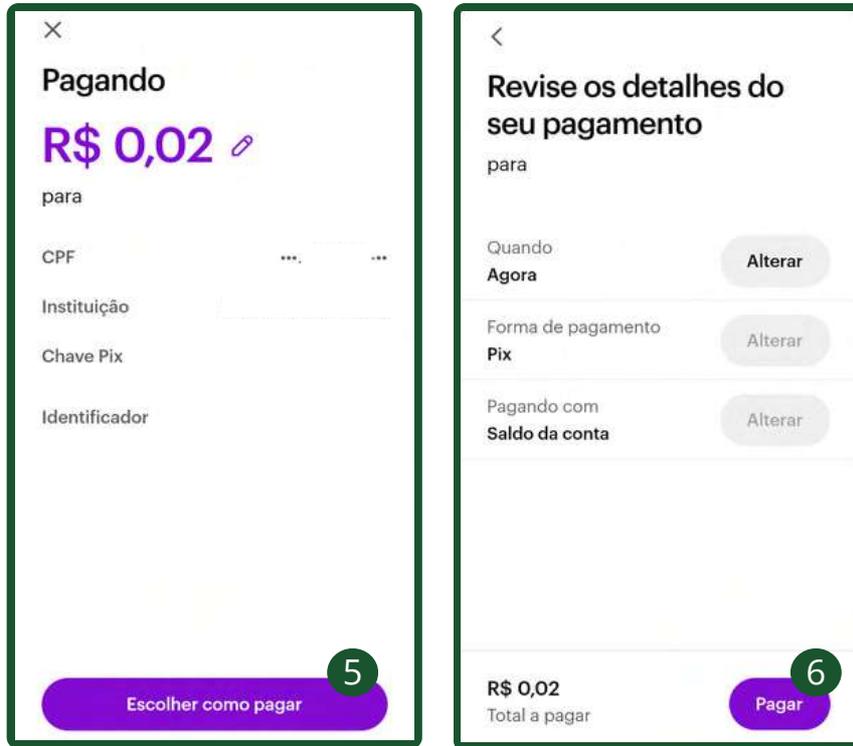


3. Insira/digite o valor desejado para transferência, clicando no ícone indicado.
4. Em seguida, selecione a opção "Atualizar valor".



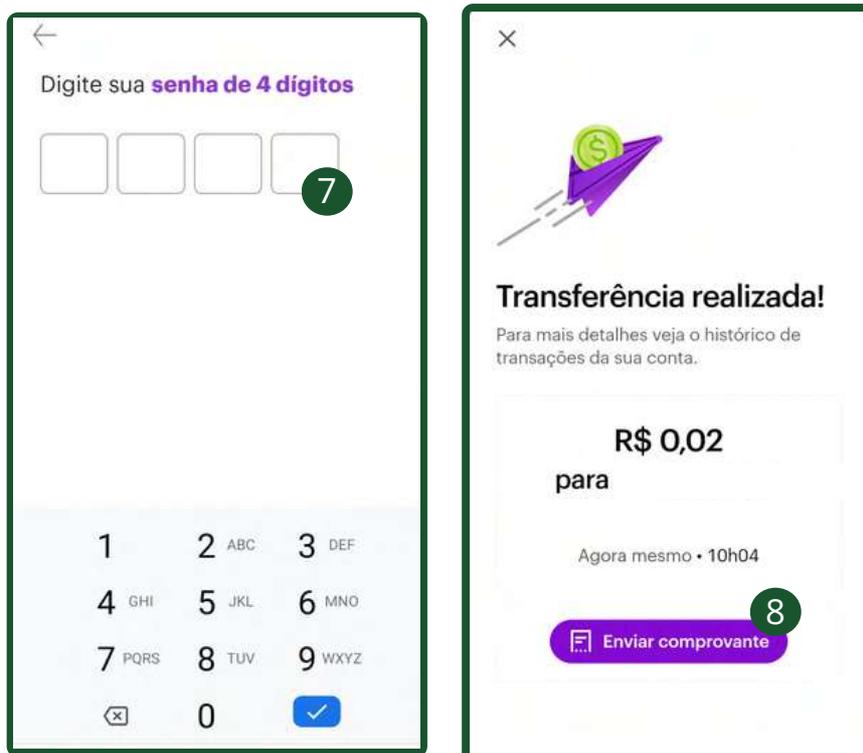
5. Selecione a opção "Escolher como pagar" e informe os dados de destino (CPF, Instituição, Chave Pix e Identificador).

6. Selecione a opção "Pagar".



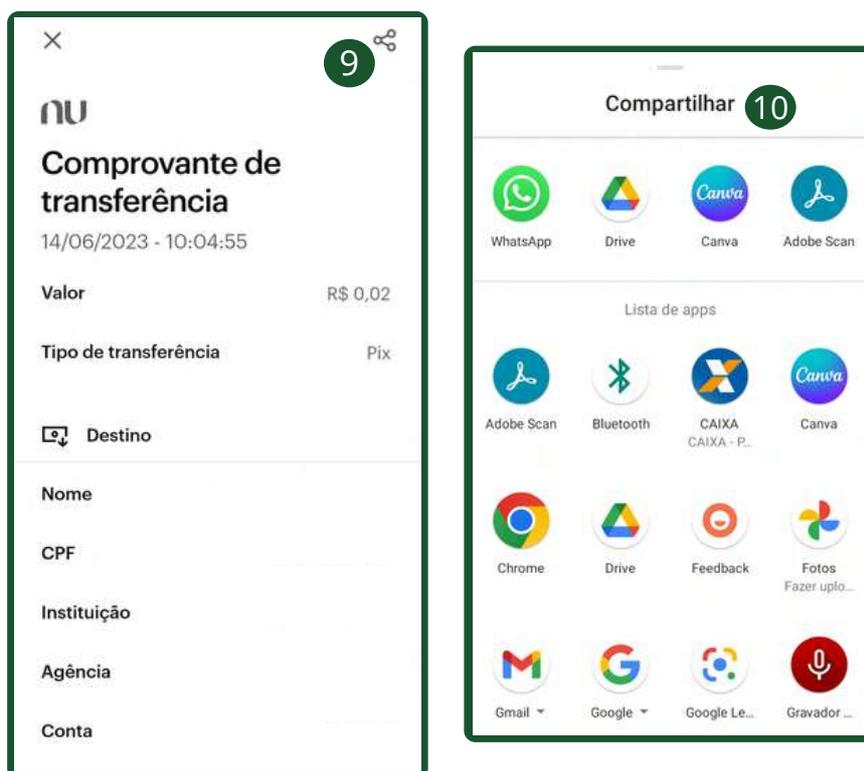
7. Digite sua senha de 4 dígitos.

8. Se quiser compartilhar o comprovante de transferência, selecione a opção "Enviar comprovante".



9. Selecione o ícone indicado.

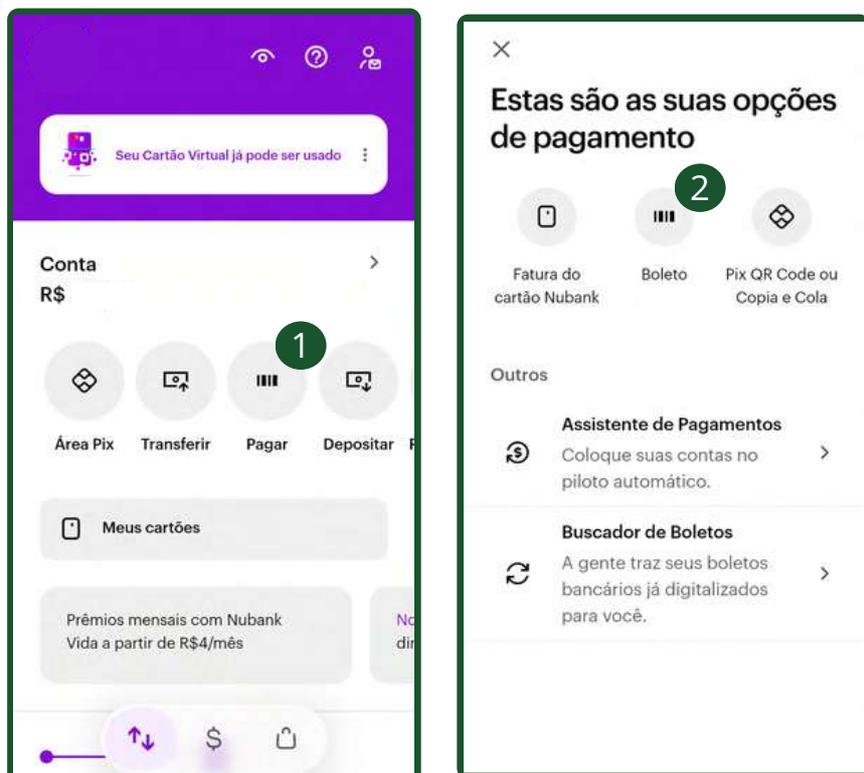
10. Selecione o meio de envio do comprovante: WhatsApp, Instagram, e-mail etc.



5.2.3 Como pagar boleto por código de barras

1. Na tela inicial do seu *app*, clique na opção "Pagar".

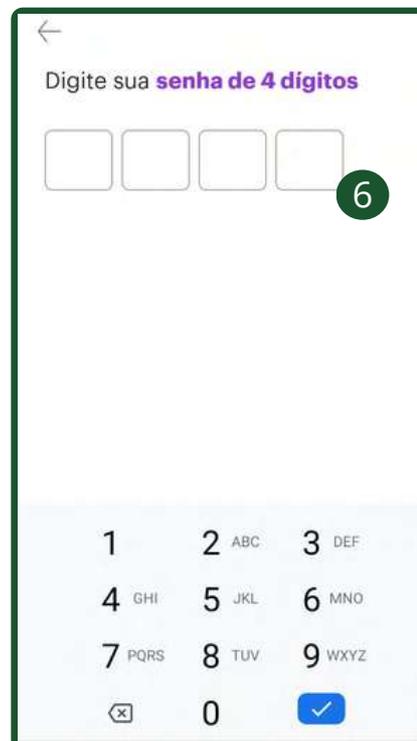
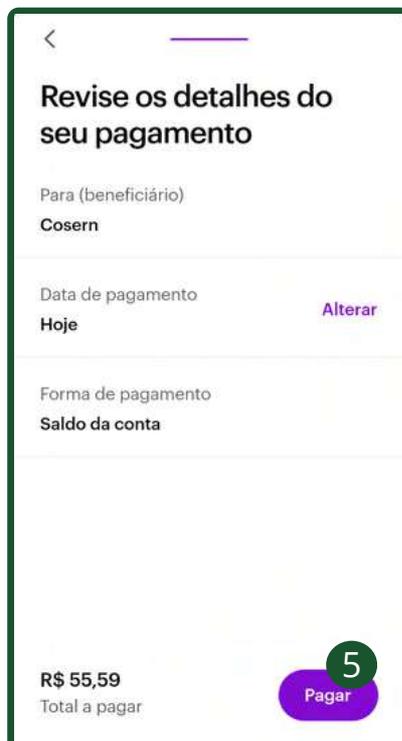
2. Selecione a opção "Boleto".



3. Posicione o código na marcação.
4. Selecione a opção "Continuar".

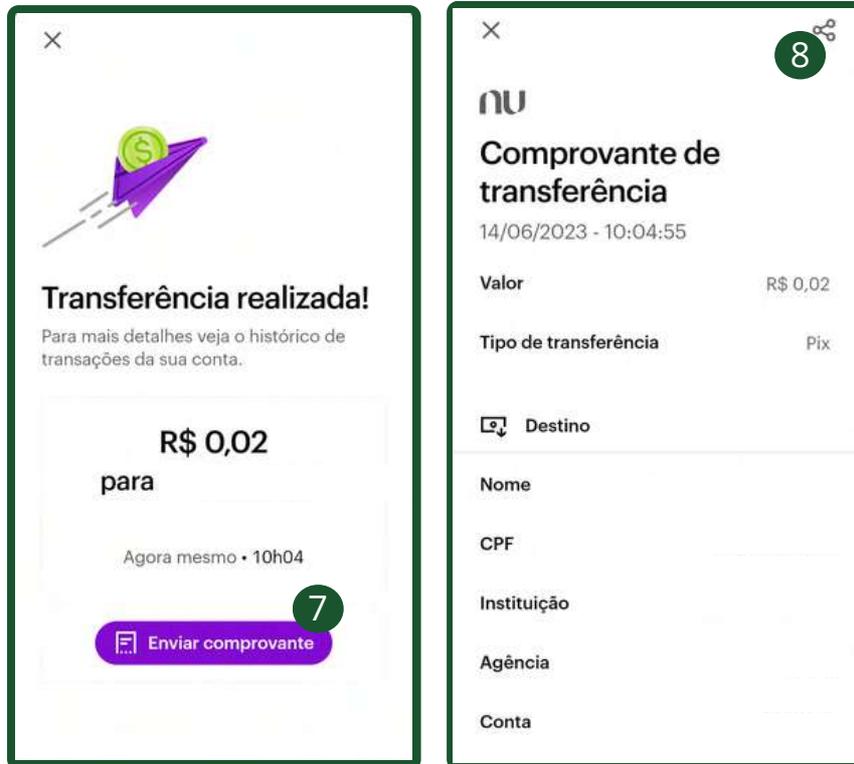


5. Após revisar os detalhes do seu pagamento, selecione a opção "Pagar".
6. Digite sua senha de 4 dígitos.

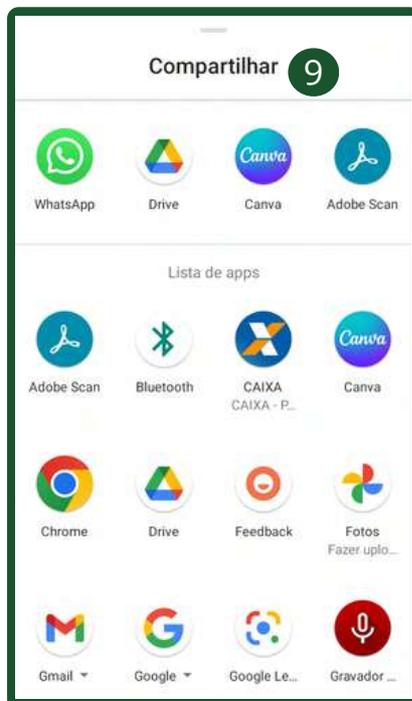


7. Se quiser compartilhar o comprovante de transferência, selecione a opção "Enviar comprovante".

8. Selecione o ícone indicado.



9. Selecione o meio de envio do comprovante: WhatsApp, Instagram, e-mail etc.

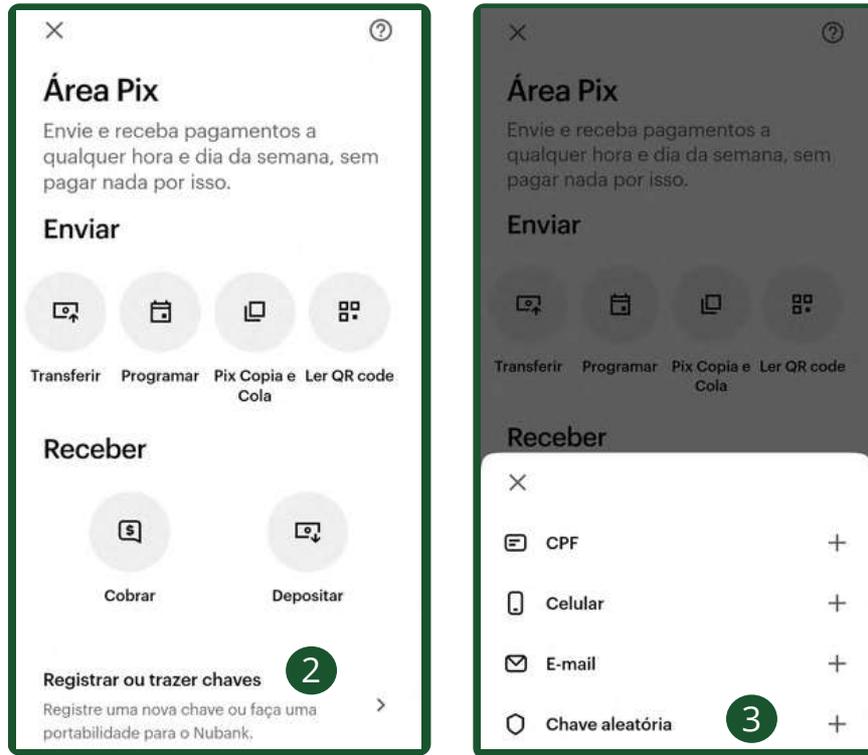


5.2.4 Como cadastrar uma chave Pix

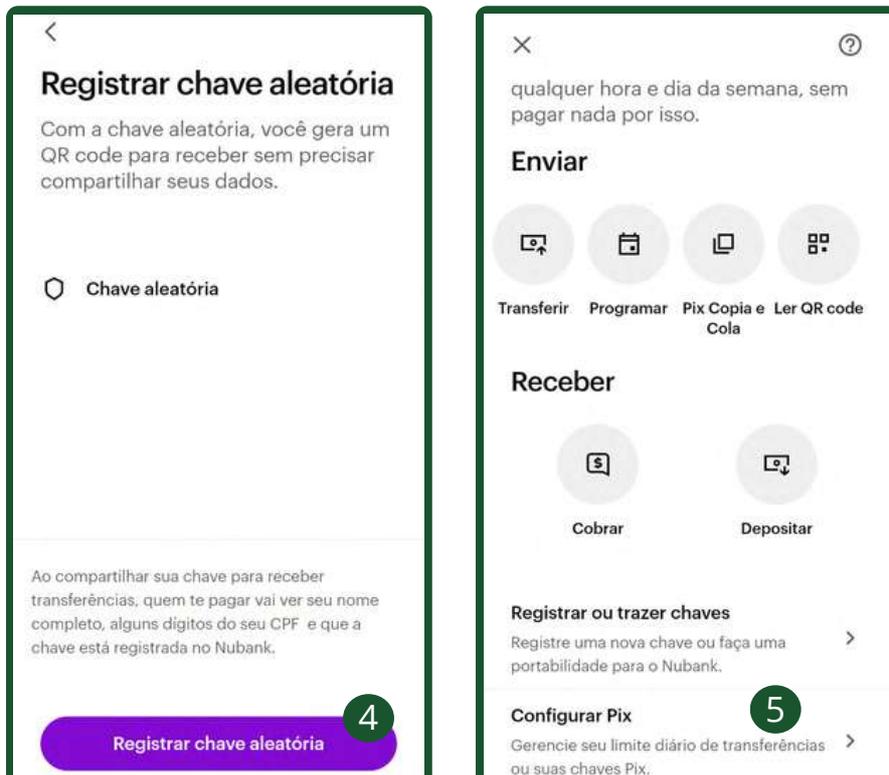
1. Na tela inicial do seu app, clique na opção "Área Pix".



2. Selecione a opção "Registrar ou trazer chaves".
3. Clique na opção "Chave aleatória".

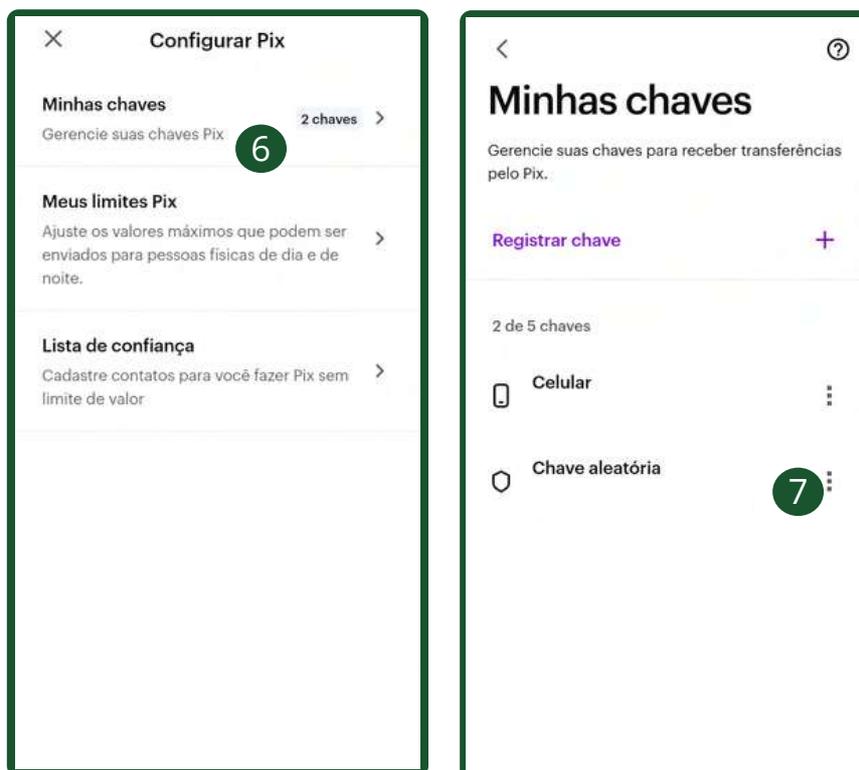


4. Selecione a opção "Registrar chave aleatória".
5. Em seguida, selecione a opção "Configurar Pix".



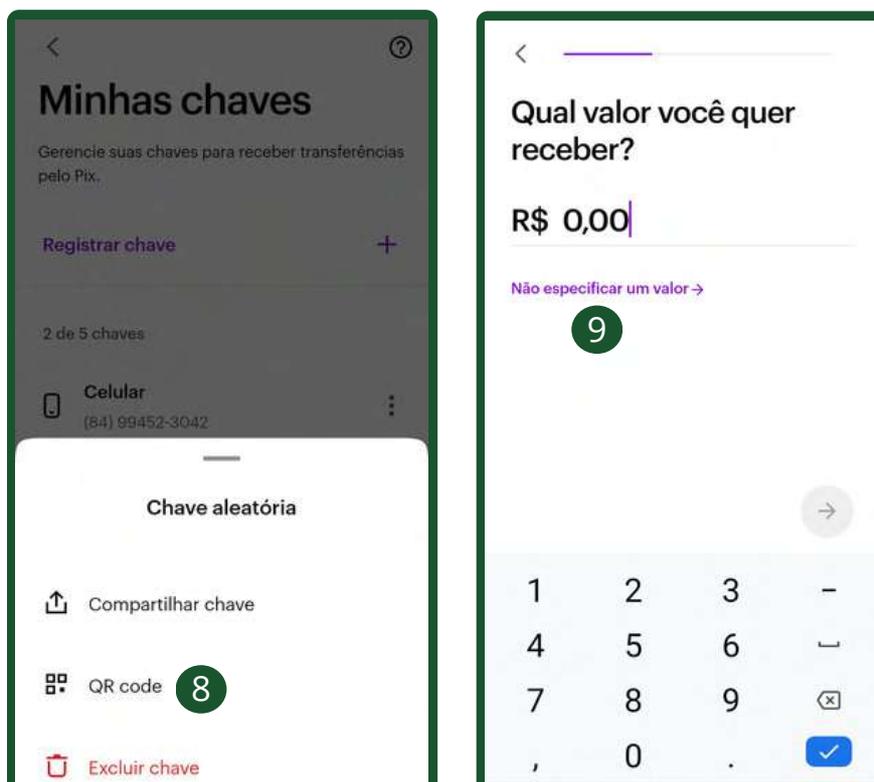
6. Selecione a opção "Minhas chaves".

7. Clique na opção "Chave aleatória".



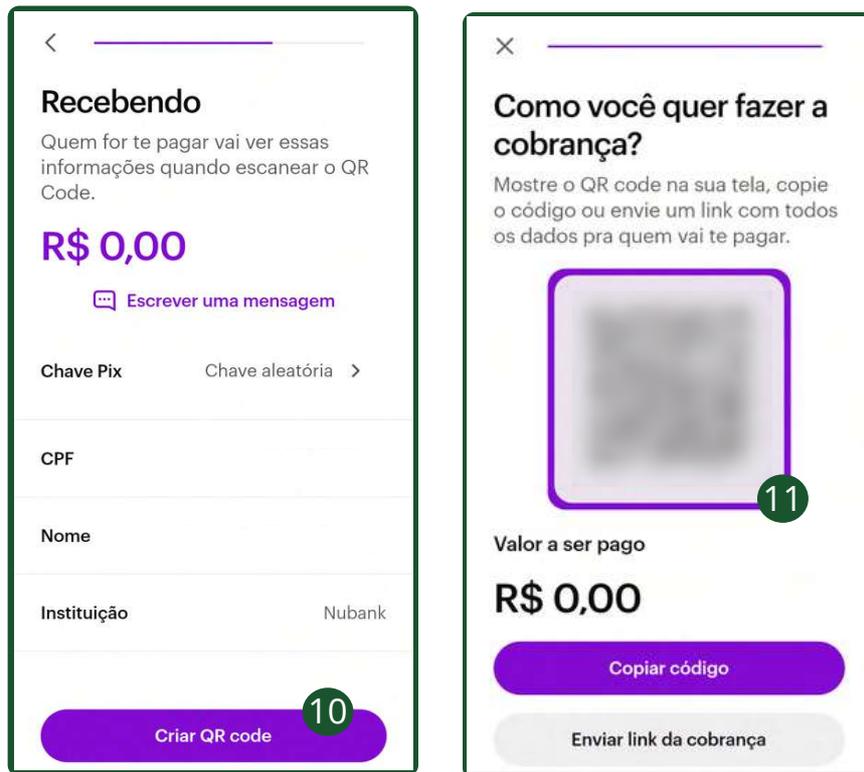
8. Clique na opção "QR code".

9. Selecione a opção "Não especificar o valor".



10. Clique na opção "Criar QR code".

11. Imprima o *QR Code* gerado e utilize-o em pontos físicos de vendas.



Utilizar o *QR Code* para pagamentos por Pix facilita tanto para o cliente quanto para o vendedor. Nesse sentido, quem está realizando a venda não precisa informar oralmente a chave Pix, assim como quem está comprando não precisa digitar a chave, o que os poupa, inclusive, de eventuais erros de digitação.

Essa ferramenta de chave aleatória também é interessante para quem quer resguardar informações pessoais que normalmente são utilizadas como chave, a exemplo da numeração de CPF, número de telefone e *e-mail*.

5.3 Caixa Econômica Federal

A Caixa Econômica Federal é uma instituição financeira brasileira vinculada ao Ministério da Fazenda. Tal instituição oferece aos clientes contas que possibilitam serviços de poupança, movimentações bancárias, entre outros, estando presente na maioria dos municípios brasileiros por meio de agências e casas lotéricas.

O aplicativo da Caixa está disponível para celulares com sistemas Android e IOS e pode ser acessado no *link*: <https://www.caixa.gov.br/atendimento/canais-digitais/app-caixa-internet-banking/Paginas/default.aspx>.

É necessário destacar que, para realizar qualquer transação financeira nesse aplicativo, o aparelho celular deve estar desbloqueado para o acesso a tais funções. Isso se realiza em uma agência física da Caixa. Em caso de dificuldades, fale com um atendente.

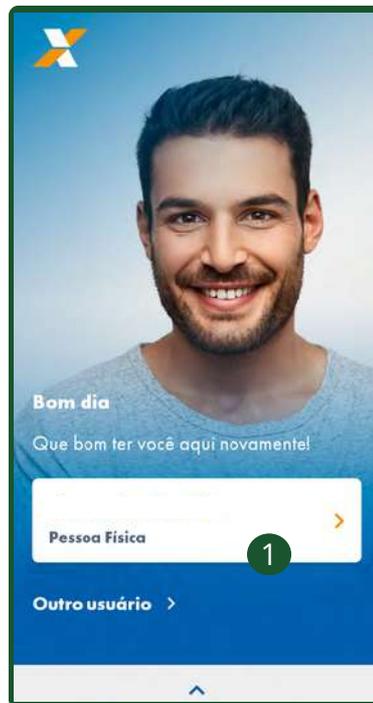
5.3.1 Como realizar Pix por inserção de chave ou QR Code

Ressaltamos que as imagens de determinadas etapas a serem apresentadas neste tutorial de orientação de uso do aplicativo não foram inseridas, haja vista não ser possível capturar a tela por restrições da instituição. Nesses casos, haverá ao lado da orientação, entre parêntese, a informação: "sem imagem".

1. Acesse o aplicativo da Caixa em seu celular e selecione a opção indicada.

2. Digite sua senha
(sem imagem).

3. Aguarde a validação do usuário.



4. Selecione a opção "Pagar com Pix".

5. Insira a chave Pix ou escaneie um QR Code.

6. Em seguida,

selecione a opção "Continuar".



7. Insira o valor da transferência.
8. Selecione a opção "Continuar".
9. Confirme as informações e selecione a opção "Continuar".

CAIXA

Pagar via Pix

Qual o valor a transferir?

Valor

1,00 **7**

Descrição (Opcional)
Informe uma descrição

0/140

Pagar quando?

Hoje Outro dia

Fale com a CAIXA

Continuar **8**

Voltar

CAIXA

Confirme as informações

Valor R\$ 1,00 Data 24/05/2023

Dados do receptor

Nome

CPF

Instituição

NU PAGAMENTOS S.A.

ATENÇÃO: Antes de finalizar esta transação confirme os dados do receptor. Caso o envio de Pix seja efetivado por engano, o valor não é passível de devolução pela CAIXA.

Continuar **9**

Voltar

10. Insira a sua senha de transação.
11. Em seguida, selecione a opção "Continuar".
12. Na tela de transação efetivada, será informado que o Pix foi realizado com sucesso.

CAIXA

Informe sua senha de transação

Conta utilizada

Ag. Op. Cc.

CONTINUAR **11**

CAIXA

Comprovante de Pix enviado

Valor R\$ 1,00 Data 24/05/2023 19:10:47 **12**

✓ Pix realizado com sucesso!

Dados do receptor

Nome

CPF

Instituição

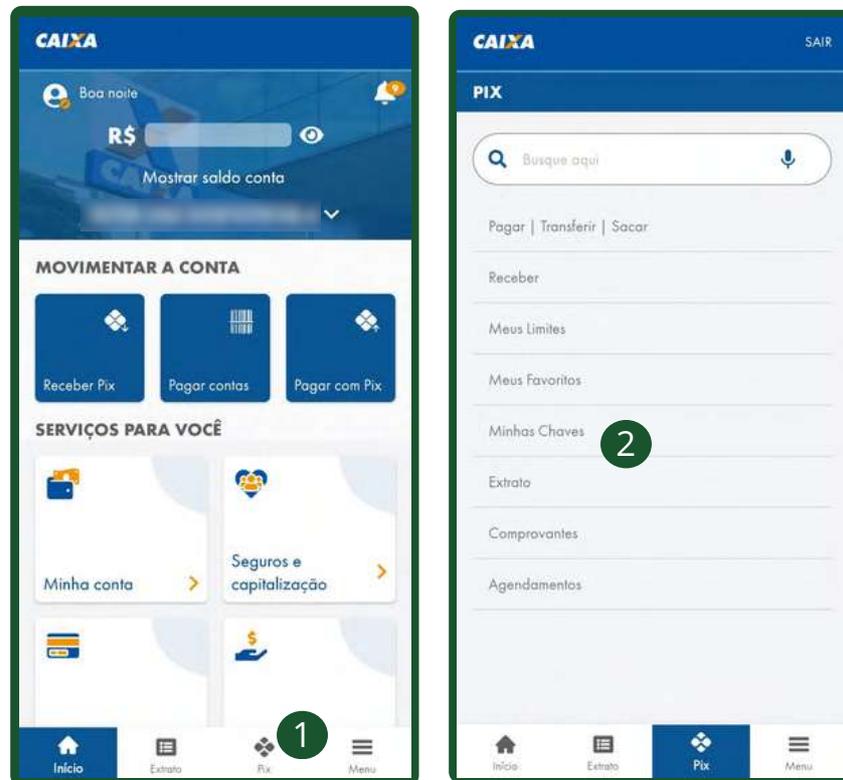
NU PAGAMENTOS S.A.

Dados do pagador

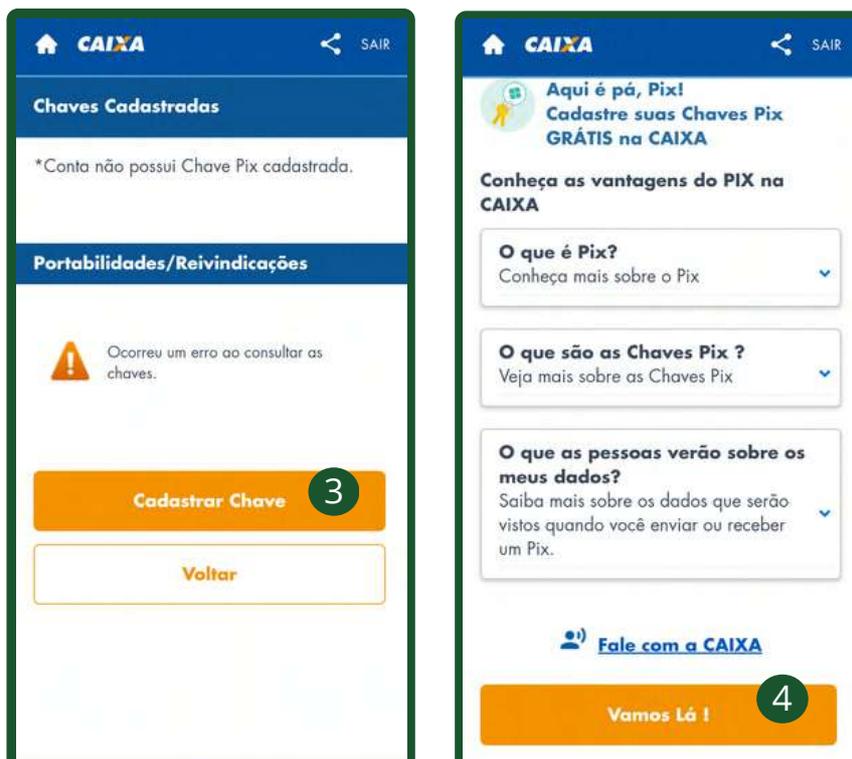
Nome

5.3.2 Como cadastrar uma chave Pix

1. Na tela inicial do aplicativo, selecione a opção "Pix".
2. Selecione a opção "Minhas Chaves".



3. Selecione a opção "Cadastrar Chave".
4. Leia as orientações, caso tenha interesse ou sinta necessidade, e, em seguida, selecione a opção "Vamos lá!".



5. Selecione o(s) tipo(s) de chave(s) que você deseja vincular à sua conta: CPF, telefone, *e-mail*, chave aleatória etc.

6. Feito isso, selecione a opção "Cadastrar chaves selecionadas".

CAIXA SAIR

Cadastrar Chave Pix

As chaves Pix são como um apelido para as contas bancárias na hora de pagar ou receber.

Selecione os tipos de chave que você quer vincular à sua conta para facilitar a forma de receber dinheiro.

SELECIONAR TODAS

CPF 5

Celular

E-mail
digite o endereço de e-mail

Chave aleatória
Indicada para quem não quer cadastrar seus dados como chave

6 **Cadastrar Chaves Selecionadas**

Gerenciar Minhas Chaves

Voltar

7. Insira a sua senha de 4 dígitos.

8. Selecione a opção "Continuar".

9. Agora é só compartilhar a sua chave Pix!

CAIXA SAIR

Informe a senha da conta

(Senha 4 dígitos) 7

Conta Utilizada

Ag. Op. Cc.

8 **CONTINUAR**

CAIXA SAIR

Cadastrar Chave Pix

✔ Pronto, a sua chave Pix foi cadastrada com sucesso!

Dados da chave

Tipo de chave:
CPF

Chave: [redacted]

Portador

Nome: [redacted] 9

Em caso de dúvidas quanto à utilização dos recursos e funções apresentados nesses tutoriais, ou diante da realização de ações equivocadas, entre em contato com as agências bancárias, em espaços físicos ou virtuais.

A seguir, listamos os canais de comunicação digitais que você pode acessar:

Banco do Brasil

WhatsApp: (61) 4004-0001

Para outros canais de atendimento, acesse:

<https://www.bb.com.br/site/pra-voce/atendimento/>

Nubank

Telefone: 4020 0185 para capitais e regiões metropolitanas, e 0800 591 2117 para demais localidades.

Para outros canais de atendimento, acesse:

<https://nubank.com.br/contato/>

Caixa Econômica Federal

WhatsApp: 0800 104 0104

Para outros canais de atendimento, acesse:

<https://www.caixa.gov.br/atendimento/canais-digitais/Paginas/default.aspx>

6 Conclusão

Esperamos que a leitura e o acesso a este material contribua favoravelmente com as atividades de divulgação de produtos advindos da agricultura familiar, comercializados em cooperativas, empresas rurais e/ou autonomamente. Como consequência, que o trabalho do homem e da mulher do campo possa ter visibilidade, com reconhecida e reafirmada importância.

Que as tecnologias digitais, neste mundo globalizado, possam cada vez mais chegar a esses ambientes no espaço de um clique, encurtando o tempo e a distância percorrida até determinadas áreas rurais.

Quanto aos/às cooperados/as da agricultura familiar, criem e/ou atualizem seus perfis em redes sociais e divulguem seus produtos. Mas, não se esqueçam: vocês são muito mais do que um *post* ou um *like* em uma rede social.

**Um viva à agricultura familiar
e boas vendas!**

7 Referências

BRASIL. **Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004.** Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor. Brasília: Presidência da República, 2004.

NIC. br. **No Brasil, 159 milhões usam redes sociais diariamente. YouTube é o campeão.** São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2022. Disponível em: <https://www.nic.br/noticia/na-midia/no-brasil-159-milhoes-usam-redes-sociais-diariamente-you-tube-e-o-campeao/>. Acesso em: 25 jun. 2023.

RODRIGUES, Ana Flavia Barbosa de Bello. **Gestão: marketing** no agronegócio. Curitiba: SENAR AR/PR, 2018.

SEBRAE. **Principais meios de pagamentos digitais para a sua empresa.** Brasília: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, [s. d.].

