



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA –  
CAMPUS CABEDELO  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

**TROCA.AI:**  
**um aplicativo de estímulo à economia de compartilhamento para**  
**os alunos de Design Gráfico do IFPB - Cabedelo**

ELLIS OLINTO DE SOUZA

CABEDELO  
2022

ELLIS OLINTO DE SOUZA

**TROCA.AI:**  
**um aplicativo de estímulo à economia de compartilhamento para**  
**os alunos de Design Gráfico do IFPB - Cabedelo**

Trabalho apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito para conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico.

Orientador: Prof. Ms. Vitor Feitosa Nicolau

CABEDELLO  
2022

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

---

S729t Souza, Ellis Olinto de.  
TROCA.AI: um aplicativo de estímulo à economia de compartilhamento para  
alunos de Design Gráfico do IFPB – Cabedelo. / Ellis Olinto de Souza. –  
Cabedelo, 2022.  
51 f.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior em Design Gráfico) – Instituto  
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB.  
Orientador: Prof. Ms. Vitor Feitosa Nicolau

1. Economia colaborativa. 2. Aplicativo. 3. Design gráfico. I. Título.

CDU 330.163.12

---

**ATA 21/2022 - CCSDG/DDE/DG/CB/REITORIA/IFPB**

## **ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO**

Hoje, dia 9 de março de 2022, às 19h30, no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, presente a Comissão Examinadora integrada pelos(as) Professores(as) **Vítor Feitosa Nicolau [orientador(a)]**, **Rodrigo Pessoa Medeiros** e **Marcela Maria Silva Leite**, iniciou-se a Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do(a) aluno(a) **Ellis Olinto de Souza**, Matrícula 201727010020, intitulado 'TROCA.AI: um aplicativo de estímulo à economia de compartilhamento para os alunos de Design Gráfico do IFPB - Cabedelo'. Concluída a apresentação, arguição e defesa oral do TCC, conforme disposição no Regimento do IFPB - Campus Cabedelo, procedeu-se ao julgamento na forma regulamentar, tendo a Comissão Examinadora considerado o(a) candidato(a) **APROVADA** com a média 88 (OITENTA E OITO).

Encerrada a sessão, foi lavrada a presente ata que vai acompanhada das notas de cada examinador(a), e assinada pela comissão julgadora.

**Cabedelo/PB, 9 de março de 2022.**

**A Comissão Examinadora**

<b>Prof. Me. Vítor Feitosa Nicolau [orientador</b>	<b>Nota: 90 (NOVENTA)</b>
<b>Prof. Dr. Rodrigo Pessoa Medeiros</b>	<b>Nota: 85 (OITENTA E CINCO)</b>
<b>Prof. Me. Marcela Maria Silva Leite</b>	<b>Nota: 90 (NOVENTA)</b>

**NOTA REGIMENTAL:-** Será considerado habilitado no TCC o candidato que obtiver a média maior ou igual a 70 (setenta);

- A emissão de parecer final dos examinadores poderá ser condicionada à efetivação de formulação necessária que não implique em alteração fundamental ao TCC;

- O documento com as reformulações deverá ser entregue à Comissão Examinadora/Coordenação do curso no prazo de 30 (trinta) dias sob pena de ser cancelada a defesa;

- Em caso de excepcional qualidade ou originalidade o TCC poderá merecer a menção honrosa da Instituição.

Documento assinado eletronicamente por:

- **Marcela Maria Silva Leite, PROF ENS BAS TECN TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 10/03/2022 16:16:26.
- **Rodrigo Pessoa Medeiros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 10/03/2022 09:33:33.
- **Vitor Feitosa Nicolau, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 09/03/2022 21:06:56.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 04/03/2022. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

**Código Verificador:** 269732

**Código de Autenticação:** 3144d94685



Para o maior designer,  
o criador dos céus e da terra,  
o Senhor Deus.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer, primeiramente, ao meu Senhor Jesus Cristo por ter me guiado em toda a minha jornada acadêmica.

Ao meu marido, por todo apoio e encorajamento.

Aos meus pais, por cada sacrifício e todo suporte, sem vocês eu jamais teria concluído essa etapa da minha vida.

A toda a minha família que esteve ao meu lado durante todos esses anos.

Agradeço às minhas amigas Angélica e Paula, parceiras de todos os trabalhos em grupo.

Ao meu orientador Vitor Nicolau, por cada palavra de apoio e incentivo, ter você durante esse projeto fez toda diferença.

Agradeço a todos os meus professores, por todo carinho, dedicação e conhecimento compartilhado, que com toda certeza contribuíram na minha formação.

E por fim, a todos que de forma direta ou indireta contribuíram na minha vida acadêmica.

## **RESUMO**

A economia do compartilhamento incentiva o melhor aproveitamento de bens e serviços através do compartilhamento, troca e doação. Evitar o desperdício e aumentar a colaboração entre a comunidade local são algumas das suas características. As plataformas de colaboração, inseridas nos meios digitais, através dos sites e aplicativos mobile, são áreas que precisam ser exploradas cada vez mais na economia colaborativa. Os estudantes universitários, devido ao seu contexto socioeconômico, apresentam diversas dificuldades em obter recursos financeiros, de bens de consumo ou acesso a serviços especializados, além de não existirem métodos de troca e interação no âmbito acadêmico local. Este trabalho teve como objetivo criar uma proposta de aplicativo focado na economia do compartilhamento, visando ajudar no compartilhamento e doações de materiais entre os alunos do curso de Design Gráfico do IFPB - Campus Cabedelo, utilizando uma metodologia projetual baseada na Experiência do Usuário. O projeto buscou entender como essa economia pode influenciar positivamente o meio acadêmico e auxiliar na melhoria do uso de bens e serviços, além do desenvolvimento e integração da comunidade acadêmica.

Palavras-Chave: economia de compartilhamento, economia colaborativa, aplicativo, UX Design.



## **ABSTRACT**

*The sharing economy encourages the best use of goods and services through sharing, exchanging and giving. Avoiding waste and increasing collaboration among the local community are some of its characteristics. Collaboration platforms, inserted in digital media, through websites and mobile applications, are areas that need to be explored more and more in the collaborative economy. University students, due to their socioeconomic context, have several difficulties in obtaining financial resources, consumer goods or access to specialized services, in addition to the lack of exchange and interaction methods in the local academic environment. This work aimed to create an application proposal focused on the sharing economy, aiming to help in the sharing and donations of materials among students of the Graphic Design course at IFPB - Campus Cabedelo, using a design methodology based on User Experience. The project sought to understand how this economy can positively influence the academic environment and help improve the use of goods and services, as well as the development and integration of the academic community.*

*Keywords: economy of sharing, collaborative economy, apps, UX Design.*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem do aplicativo Tem açúcar	13
Figura 2: Imagem do menu de categorias do aplicativo Tem açúcar?	17
Figura 3: Imagem do aplicativo Uber	19
Figura 4: Imagem do aplicativo Enjoei	21
Figura 5: Modelos de consumo colaborativo	21
Figura 6: as 4 grandes habilidades do UX	23
Figura 7: Período dos alunos	25
Figura 8: Perfil desapegado	26
Figura 9: Hábito de compartilhamento	26
Figura 10: Dificuldade de compra	27
Figura 11: Quais dificuldades	27
Figura 12: Excedente de Material	28
Figura 13: Destino dos materiais	28
Figura 14: Importância da troca	29
Figura 15: Uso de Plataformas	29
Figura 16: Plataformas mais utilizadas	30
Figura 17: Possibilidade de uso de uma plataforma entre alunos	30
Figura 18: Atração em usar plataformas de compartilhamento	31
Figura 19: Persona 1	32
Figura 20: Persona 2	33
Figura 21: Persona 3	34
Figura 22: Aplicativo Enjoei	35
Figura 23: Site da OXL	36
Figura 24: Grupo “O maior grupo de vendas e trocas do facebook”	37
Figura 25: Marca troca.ai	38
Figura 26: Painel semântico	39
Figura 27: Fluxo de navegação do aplicativo troca.ai	40
Figura 28: Protótipo de papel das telas do login, home e menu	41
Figura 29: Wireframe do aplicativo troca.ai	42
Figura 30: Wireframe do aplicativo troca.ai	43

Figura 31: Aplicativo troca.ai telas de login, home e cadastro	44
Figura 32: Aplicativo troca.ai telas de erro, nova senha e cadastro	44
Figura 33: Aplicativo troca.ai telas de nova senha, menu e notificações	45
Figura 34: Aplicativo troca.ai telas do chat, pesquisa e editar o perfil	45
Figura 35: Aplicativo troca.ai telas das publicações, categorias e sair	46
Figura 36: Tela das categorias vender, doar e compartilhar	46
Figura 37: Tela das categorias trocar, carona e dúvidas	47

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>1.2. Objetivos</b>	<b>15</b>
1.2.1 Objetivo geral	15
1.2.2 Objetivos específicos	15
<b>1.3 Justificativa</b>	<b>15</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Economia de Compartilhamento</b>	<b>17</b>
<b>2.2 Consumo Colaborativo</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Experiência do Usuário</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Necessidades dos alunos do Curso de Design Gráfico - Campus Cabedelo</b>	<b>23</b>
<b>3. METODOLOGIA</b>	<b>24</b>
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>25</b>
<b>4.1 Fase 1: Pesquisa</b>	<b>25</b>
4.1.1 Personas	31
4.1.2. Pesquisa de similares	35
<b>4.2. Fase 2 - Estratégia</b>	<b>38</b>
<b>4.3. Fase 3 - Desenho de interfaces</b>	<b>40</b>
4.3.1 Fluxo de Navegação	40
4.3.2 Protótipo em papel	40
4.3.3 Wireframe	41
4.3.4 Projeto visual do aplicativo	44
<b>4.4. Fase 4 - Teste com o usuário</b>	<b>47</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>48</b>
<b>ANEXO I</b>	<b>50</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A economia compartilhada utiliza a colaboração, a troca e a doação de materiais, serviços e recursos com o intuito de diminuir o consumismo e aprimorar o aproveitamento dos bens. Ela evita o armazenamento de recursos desnecessários e facilita o acesso aos bens através de uma estratégia de precificação ajustada ao seu público-alvo (NEVES, 2018).

Compartilhar, um fenômeno crescente dentro das mídias digitais, ganhou ainda mais espaço e debate na sociedade após a crise financeira mundial de 2008 (SILVEIRA, 2017). É através da economia de compartilhamento que os objetos esquecidos ou não mais utilizados com a devida regularidade são colocados à disposição, com a sua finalidade bem mais explorada e a um melhor aproveitamento do produto (SILVEIRA, 2017). O consumo colaborativo é extremamente importante para a sociedade acadêmica, já que boa parte dos universitários apresenta dificuldades em obter recursos, tanto financeiros quanto materiais.

Existem diversas maneiras de incentivar o uso da economia colaborativa e os grupos nas redes sociais podem ser uma ferramenta relevante para isto. Outra alternativa é através dos aplicativos de venda ou troca, como por exemplo o aplicativo *Tem açúcar?*<sup>1</sup>, que funciona como plataforma de troca de bens materiais ou serviços. Através de um cadastro baseado no seu endereço local, é possível pedir algo emprestado para os usuários que residem próximo a sua residência, ou até mesmo solicitar ajuda em algum serviço. No caso do aplicativo acima citado, nenhum valor financeiro é cobrado pelo empréstimo do objeto e tudo é baseado na colaboração comunitária para melhor aproveitamento dos bens.

---

<sup>1</sup> <http://www.temacucar.com/>

Figura 1: Imagem do aplicativo Tem açúcar.



Fonte: Google Play<sup>2</sup> (2022)

A escassez e a necessidade de recursos financeiros e disponibilidade de materiais, faz com que os jovens procurem participar cada vez mais de plataformas baseadas no consumo colaborativo. Na comunidade acadêmica, a economia de custos é um dos fatores que contribui para o aumento do uso da economia compartilhada. Outro fator de escolha por aplicativos é a influência social e a confiança dos jovens universitários nestas plataformas, como afirma Vera e Gosling (2019).

Se a estrutura colaborativa é tão importante para a vida acadêmica, por que não buscar o desenvolvimento de um aplicativo que facilite a troca de informações, materiais, serviços e ideias dentro da comunidade acadêmica local? Faz-se necessário desenvolver uma plataforma para fortalecer a comunidade e facilitar o aprimoramento dos recursos disponíveis.

Os aplicativos mobile já fazem parte do nosso cotidiano, segundo matéria do Portal G1<sup>3</sup>. Disponíveis na maioria dos celulares que possuem sistemas operacionais como Android ou IOS, estes sistemas permitem baixar programas, em sua maioria de forma gratuita, nos aparelhos tipo smartphones. Já existem diversos aplicativos voltados para a economia

<sup>2</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.temacucar>

<sup>3</sup> <http://especiais.g1.globo.com/economia/tecnologia/a-vida-na-era-dos-apps/>

compartilhada, como o *Uber*<sup>4</sup> e o *Airbnb*<sup>5</sup>. Porém, voltado para o contexto acadêmico, há poucas alternativas amplamente conhecidas.

O impacto dessa e de tantas outras plataformas é realmente notório, já que as pessoas têm buscado diminuir o consumismo e encontrar novas maneiras de aprimoramento de bens. Contudo, no meio acadêmico essas novas tecnologias não ganharam popularidade ainda. No contexto local do IFPB - Campus Cabedelo, os alunos necessitam de diversos materiais para o desenvolvimento das disciplinas oferecidas no curso, como por exemplo: pincéis, tinta aquarela, canetas e lápis voltados para desenho.

Além de via de transportes, pois a maioria dos estudantes utilizam transporte público e devido o campus abranger pessoas que moram na região metropolitana de João Pessoa, muitos desses alunos dependem de ônibus ou carona para se locomover todos os dias entre as cidades vizinhas.

Assim, por que não incentivar o consumo colaborativo e compartilhamento de informações, bens e serviços entre os universitários locais? Os universitários necessitam de uma melhor estratégia de aprimoramento de bens, sendo eles tangíveis ou intangíveis. Além de que a interação e o relacionamento entre os membros da comunidade acadêmica pode crescer ainda mais através deste incentivo.

Procurar alternativas acessíveis e de caráter local que promovam a economia de compartilhamento é uma forma simples e econômica de não apenas gerir o excedente, mas de criar engajamento e pertença dentro da comunidade. Para este trabalho, desenvolveu a seguinte pergunta de pesquisa: como a economia de compartilhamento, através da criação de um aplicativo digital, pode contribuir para o uso sustentável dos recursos, sejam eles financeiros, bens de consumo ou serviços, utilizados por estudantes universitários do curso de Design Gráfico do IFPB - Campus Cabedelo?

Por isto, o presente trabalho procura entender como a economia compartilhada pode ser aplicada no contexto acadêmico e quais as melhores estratégias utilizadas nessa área para gerar engajamento e participação. Além de compreender como o marketing digital funciona no âmbito da economia de compartilhamento, o desenvolvimento de um aplicativo baseado nesta deve auxiliar os alunos do Curso de Design Gráfico do IFPB – Campus Cabedelo a gerir melhor os seus recursos.

---

<sup>4</sup> <https://www.uber.com/>

<sup>5</sup> <https://www.airbnb.com.br/>

Para o desenvolvimento do aplicativo foi definida a metodologia focada no Experiência do Usuário (conhecida também como UX), desenvolvida por Pereira (2018).

## **1.2. Objetivos**

### 1.2.1 Objetivo geral

Desenvolver um aplicativo de economia de compartilhamento para os alunos do curso de design gráfico do IFPB - Campus Cabedelo.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Entender como a economia colaborativa pode ser aplicada no contexto educacional e adotar estratégias de consumo colaborativo.
- Compreender como o conceito de Experiência do Usuário pode colaborar no desenvolvimento de aplicativos.

## **1.3 Justificativa**

A economia de compartilhamento ganha cada vez mais espaço na sociedade contemporânea, com o foco de criar uma economia colaborativa entre o meio que ela é utilizada. O seu uso busca incentivar o compartilhamento, troca e doações de bens e serviços. Por causa disso, ela tem avançado dentro das plataformas digitais, incluindo os aplicativos mobile, já que esses meios de comunicação e interação estão cada vez mais em alta nessa era tecnológica.

Atualmente existem diversas plataformas voltadas para a economia colaborativa, muitas delas extremamente utilizadas e conhecidas mundialmente. Uma ferramenta para quem precisa alugar temporariamente um quarto ou imóvel, independente da cidade ou país que você deseja. Tornando-se então uma solução econômica e desenvolvendo uma forma de interação entre as pessoas e até mesmo compartilhamento de experiências e conhecimentos entre os hóspedes e hospedeiros. O impacto dessa e de tantas outras plataformas é realmente notório, já que as pessoas têm buscado diminuir o consumismo e encontrar novas maneiras de aprimoramento de bens.



Contudo, no meio acadêmico essas novas tecnologias não ganharam popularidade ainda. Assim, por que não incentivar o consumo colaborativo e compartilhamento de informações, bens e serviços entre os universitários locais? Os universitários necessitam de uma melhor estratégia de aprimoramento de bens, sendo eles tangíveis ou intangíveis. Além de que a interação e o relacionamento entre os membros da comunidade acadêmica pode crescer ainda mais através deste incentivo.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Economia de Compartilhamento

A economia do compartilhamento baseia-se em compartilhar, doar e trocar bens, serviços e até mesmo conhecimento. Ela evita o armazenamento de bens desnecessários e facilita o acesso aos produtos através de um preço reduzido para os seus usuários (NEVES, 2018), além de aumentar o tempo de uso dos bens, já que hoje em dia o consumismo é um tema em evidência.

Esta forma de fazer negócios vai além da troca de produtos e serviços. Está ligada também ao compartilhamento de informações e avaliações, o que pode ser um fator totalmente decisivo na escolha de um cliente. (GOIDANICH, 2016). Por isso, muitos sites têm investido em áreas de comentários e outras plataformas têm compartilhado resenhas e descrições de produtos e serviços.

Atualmente existem diversas plataformas voltadas para essa nova economia, uma delas é o aplicativo *Tem açúcar?*<sup>6</sup>. O seu nome foi inspirado na antiga prática entre os vizinhos de quando necessário ir até uma casa próxima e pedir açúcar (ou qualquer outro tipo de produto) emprestado, um hábito bastante comum décadas atrás. Basicamente, o usuário se cadastra e, baseado na sua localização, consegue pedir algo emprestado aos seus vizinhos que também estão cadastrados nessa plataforma.

Figura 2: Imagem do menu de categorias do aplicativo Tem açúcar?



Fonte: Aplicativo Tem açúcar? (2022)

É possível também oferecer ajuda ou solicitar ajuda, compartilhar comida, oferecer carona, doar objetos e até mesmo pedir uma companhia para praticar algum exercício físico

<sup>6</sup> <http://www.temacucar.com/>

através do aplicativo. E estes são apenas alguns exemplos de funções disponíveis dentro do aplicativo. Ou seja, é verdadeiramente uma forma de integração da comunidade, uma maneira de criar e estreitar laços entre as pessoas de cada região. Segundo Goidanich (2016):

Embora envolvidos em diversas controvérsias, a realidade mostra que cada vez mais pessoas aderem aos processos de compartilhamento mediados pelas tecnologias. No mundo todo, crescem os números de usuários de serviços como Uber e Airbnb – tanto como clientes, quanto como fornecedores. Também é grande o número de pessoas que se propõem a compartilhar sem ganhos monetários, baseadas apenas na generosidade e no prazer. (GOIDANICH, 2016, p. 5)

Segundo Neves (2018) muitos fatores têm contribuído para o crescimento do uso da economia de compartilhamento, entres eles é a urbanização e o crescimento da população. As moradias, por exemplo, estão ficando cada vez mais pequenas, o que acaba gerando a diminuição do acúmulo de bens.

A economia do compartilhamento ganha cada vez mais espaço na sociedade contemporânea, principalmente entre os jovens, que são um dos grupos que mais tem buscado encontrar novas maneiras de economizar e isso também envolve o âmbito acadêmico. Para Vera e Gosling (2019), um dos fatores que contribuiu para o aumento do uso da economia compartilhada entre os universitários foi a economia de custos.

Os jovens universitários possuem diversas necessidades durante a sua vida acadêmica, desde encontrar os materiais adequados à descobrir como determinada universidade disponibiliza os seus recursos para os estudantes. Para aqueles que necessitam mudar de cidade ou estado para ingressar no âmbito universitário isso é ainda mais dificultoso. Por isso, a necessidade de aumentar as formas de compartilhamento de informações e recursos entre os estudantes universitários.

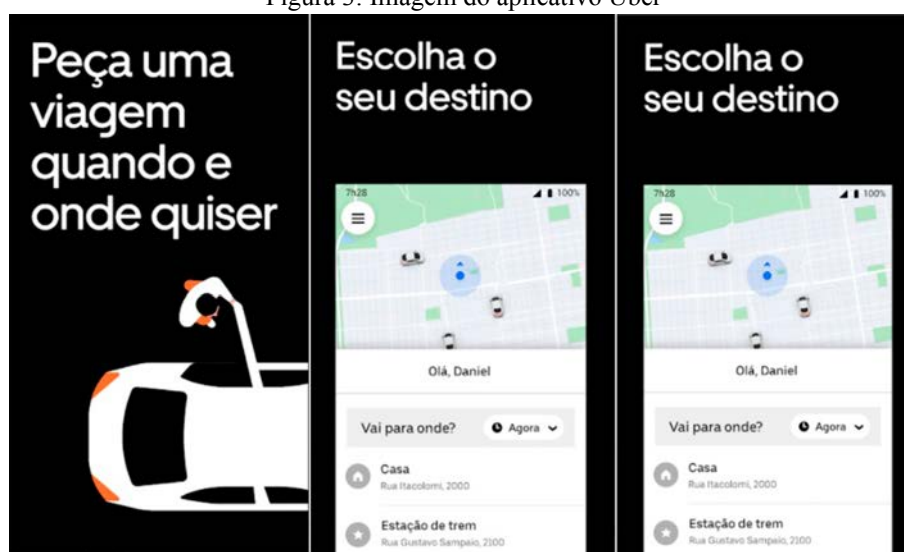
Sem dúvidas, a tecnologia tem sido uma aliada à economia do compartilhamento para alcançar um número maior de pessoas em cada comunidade, buscando integrar as pessoas e estreitar suas relações. Um exemplo disso, são os diversos grupos de compartilhamento que têm sido criado nas redes sociais, visando amenizar essas barreiras, facilitando a troca de conhecimento, ideias, caronas, compartilhamento de moradia e bens materiais entre os estudantes.

A base da economia colaborativa é gerar a colaboração entre as pessoas e grupos sociais, como afirma Goidanich (2016). E essa relação vai além de grupos sociais já formados, como também “operam a partir da ideia de relacionamento entre pares que não se conhecem.” (VERA E GOSLING, 2019, p. 67). Um exemplo bastante atual seriam os

influenciadores digitais desta geração, ou seja, pessoas com o poder de influenciar um grupo a tomar determinadas decisões. Principalmente no que se refere a compra ou venda de produtos, uso de novos aplicativos e plataformas digitais (VERA E GOSLING, 2019).

Segundo Neves (2018), essa colaboração, juntamente com as novas tecnologias, contribuíram para que os indivíduos tivessem a oportunidade de buscar produtos e empresas que tenham mais custo-benefícios, além de analisar sua reputação e avaliações de outros usuários. É através disto que diversos aplicativos têm desenvolvido novos serviços para oferecer uma opção com um preço reduzido e/ou sem custo, é o exemplo disso é a Uber que oferece viagens curtas a um preço acessível.

Figura 3: Imagem do aplicativo Uber



Fonte: Google Play<sup>7</sup> (2022)

Levando em consideração o conforto de ter um carro a sua disposição sem necessariamente ter que comprar um carro e pagar além do próprio valor do bem, custos de manutenção e taxas. Diminuindo assim, o consumo e o acúmulo de bens desnecessários, e facilitando a vida das pessoas que em determinado momento necessitam deste benefício.

<sup>7</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ubercab>

## 2.2 Consumo Colaborativo

Existem algumas definições a respeito da diferença entre a economia do compartilhamento e o consumo colaborativo. Segundo Belk, (2014 apud VERA E GOSLING, 2019, p. 63), seria “no fato de o consumo colaborativo envolver taxa ou outra forma de remuneração e de o compartilhamento não envolver taxa”.

Já outros autores como Botsman e Rogers (2011 apud VERA E GOSLING, 2019, p. 63), afirmam que o consumo colaborativo é um termo utilizado para “conceituar compartilhamento tradicional, escambo, empréstimo, negociação, locação, doação e troca, reconfigurados por meio da tecnologia e comunidades entre pares”. O que seria um sinônimo da economia do compartilhamento. Neste ponto a compreensão do que seria precisamente este consumo colaborativo fica confusa, como afirma Barros (2017). Porém, segundo pesquisas realizadas por Furtado e Batista (2018), foram Felson e Spaeth que utilizaram o termo pela primeira vez. Furtado e Batista afirmam que:

“Para eles os atos de consumo colaborativo eram aqueles onde uma ou mais pessoas consomem bens econômicos ou serviços no processo de se engajar em atividades conjuntas, por exemplo, beber cerveja com amigos, jantar com familiares ou dirigir para visitar alguém.” (FURTADO; BATISTA, 2018, P. 44)

Segundo Hamari et al (2015 apud FURTADO E BATISTA , 2018), existem duas definições para este conceito. A primeira seria o consumo colaborativo através de doação e compartilhamento de bens e serviços, e a segunda definição é um modelo econômico que tem como base a troca, escambo e aluguel.

No Brasil existem diversos exemplos de consumo colaborativo, sites como Enjoei e OLX. Lojas online e/ou física como bazar ou até mesmo o *coworking*, que são salas de trabalho compartilhadas (FURTADO E BATISTA, 2018). Além de não ser necessário manutenção e seguro, o usuário não precisa se preocupar em adquirir determinado bem, para poder desfrutar da sua funcionalidade, de uma forma prática e menos burocrática (SILVEIRA, 2017).

Figura 4: Imagem do aplicativo Enjoei



Fonte: Google Play<sup>8</sup> (2022)

Segundo Belk (2013 apud SILVEIRA, 2017), essa nova economia tem gerado uma nova era na sociedade, chamada de pós-propriedade. Pelo fato de que o foco agora não está mais sendo a posse e sim o serviço oferecido. Ele também afirma que para compreender melhor o consumo colaborativo é necessário apresentar os três modelos desenvolvidos por Botsman e Rogers (2011).

Figura 5: Modelos de consumo colaborativo

Sistemas	Definição
Sistema de serviços de produtos	Forma de consumo na qual se paga pela utilização de um produto sem necessidade de adquiri-lo.
Mercados de redistribuição	São associados às trocas e doações. A doação e a troca dizem respeito à transferência de propriedade, ou seja, referem-se à copropriedade.
Estilos de vida colaborativos	Existe uma propensão à divisão e à troca de ativos intangíveis, como tempo, espaço, habilidades e dinheiro.

Fonte: Botsman e Rogers (2011) apud Silveira (2017, p. 149)

Este modelo de consumo que tem ganhado espaço na sociedade atual, na verdade é uma prática tradicional, utilizada por bastante tempo desde o uso do escambo até o início das primeiras formas comerciais (SILVEIRA, 2017), que está voltando a ser mais presente hoje em dia.

<sup>8</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.enjoei.app>

Este novo consumo acaba gerando uma melhoria para o mundo, pois através de um ciclo de vida maior para os produtos, a quantidade de produção de bens é minimizada, segundo Barros (2017).

### **2.3 Experiência do Usuário**

O *User Experience Design* também conhecido como UX Design, que traduzido é o Design da Experiência do Usuário, está relacionado a tudo aquilo que envolve um produto, seja físico ou digital, para que ele seja consumido de uma forma eficiente e satisfatória (PEREIRA, 2018).

Existem várias características que tornam a experiência do usuário agradável, desde o momento em que o consumidor recebe o produto, como por exemplo a maneira como ele está embrulhado, até mesmo o modo de uso dele, se é um objeto de fácil manuseio ou não, Pereira (2018, p. 8) afirma que “para construir uma grande experiência, existem vários fatores envolvidos, inclusive aqueles efeitos sonoros que acontecem no momento em que você recebe uma mensagem no Gtalk ou Skype, por exemplo.” Ou seja, cada detalhe faz total diferença na maneira como o usuário irá interagir com o produto.

O UX Designer precisa buscar compreender a maneira de como as pessoas tendem a agir, afinal esse é um dos principais fatores essenciais para este trabalho. Pois é a partir do comportamento das pessoas que o produto vai ser desenvolvido, de maneira que elas possam ter uma melhor experiência ao ter acesso aquele produto. O UX Designer tem que trabalhar com o foco de que aquele produto em desenvolvimento irá fazer sentido ou não para o seu usuário (PEREIRA, 2018).

Segundo Pereira (2018) a “usabilidade em qualquer produto é o básico com que o UX Designer deve se preocupar”. E de fato, esse é o principal objetivo do design focado na Experiência do Usuário, buscar uma solução fácil e que gera no consumidor uma sensação de prazer ao usar determinado produto.

Figura 6: as 4 grandes habilidades do UX



Fonte: Pereira (2018, p. 13)

Pereira (2018) também afirma que “podemos dividir a atuação do UX Designer em 4 grandes habilidades: Visão Estratégica, Pesquisa com Usuários, Arquitetura de Informação e Design de Interface”. Basicamente a visão estratégica e a pesquisa com o usuário fazem parte da primeira parte do desenvolvimento, onde é necessário realizar pesquisas e definir as estratégias que serão utilizadas. E na segunda parte está a arquitetura de informação e o design de interface, que irão definir como será organizada a plataforma, sempre buscando a melhor solução para o produto (PEREIRA, 2018).

#### 2.4 Necessidades dos alunos do Curso de Design Gráfico - Campus Cabedelo

Os alunos do curso de Design Gráfico necessitam ter acesso à materiais como pincéis, tintas, diferentes tipos de papéis, canetas e entre outros objetos de acordo com as disciplinas ofertadas em cada semestre. E isto requer um investimento financeiro.

Entretanto, muitos desses materiais não são totalmente utilizados durante o período e nem nos próximos, pois a cada semestre são disciplinas diferentes, conseqüentemente materiais novos para cada uma delas. Causando assim o acúmulo de bens desnecessários e o desperdício dos materiais.

Além disso, uma grande parte dos estudantes moram na região da Grande João Pessoa, eles necessitam de transporte público ou caronas para se deslocar diariamente até o campus. O que gera outros custos adicionais na sua vida acadêmica. Juntando todos esses fatores fica nítido a necessidade dos alunos de obter um meio para o melhor aproveitamento desses bens e recursos.



### 3. METODOLOGIA

Este projeto de pesquisa tem como metodologia focada no User Experience (conhecida também como UX), desenvolvida por Pereira (2018), busca desenvolver o projeto de maneira que consiga gerar a melhor experiência do usuário em relação ao produto. Esta metodologia está dividida em quatro fases.

Fase 1 - Pesquisa: A primeira é a fase da descoberta, que basicamente se resume em analisar os possíveis problemas e buscar soluções para evitá-los. Essa fase pode ser desenvolvida a partir de pesquisas com os usuários e stakeholders (pessoas envolvidas diretamente com o projeto). Além de criação de personas, que seriam representações de usuários, considerando os dados obtidos nas pesquisas, e criando assim, um perfil do usuário.

Fase 2 - Estratégia: identificar a visão do produto, buscando a melhor estratégia para a divulgação do produto baseado nas necessidades do negócio, dos usuários e também nas tendências de mercado.

Fase 3 - Desenho de interfaces: nela será desenvolvido o wireframe, que segundo Pereira (2018) "É um guia visual que comunica a estrutura de uma página." Ou seja, uma forma de perceber como será a hierarquia e os elementos que serão utilizados na interface. Podendo assim ser desenvolvido o visual design e a prototipação.

Fase 4 (última fase) - Validação com usuários. Tem como objetivo entender como o usuário pensa e interage com o produto. Podendo ser realizado através de teste de usabilidade, para que assim seja possível identificar possíveis erros e conseguir evitá-los no produto final (PEREIRA, 2018).

O design de interação está voltado a experiência do usuário com o produto, buscando desenvolver soluções mais atrativas e práticas, diminuindo os lados negativos que aquele projeto poderia ter. Transformando essa experiência satisfatória e agradável, é voltado nesse conceito que será desenvolvido esse projeto. E a partir destes processos será possível desenvolver este projeto de uma maneira mais eficaz.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

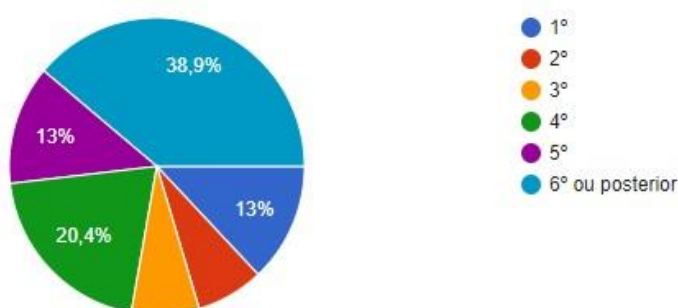
### 4.1 Fase 1: Pesquisa

Na fase da pesquisa, foi aplicado um questionário com doze perguntas, voltado para os alunos do Curso de Design Gráfico do IFPB (Campus Cabedelo), cinquenta e quatro pessoas responderam a pesquisa. Este questionário encontra-se em anexo neste trabalho. Seguem os resultados:

Figura 7: Período dos alunos

1 - Qual período do curso de Design Gráfico você está matriculado?

54 respostas



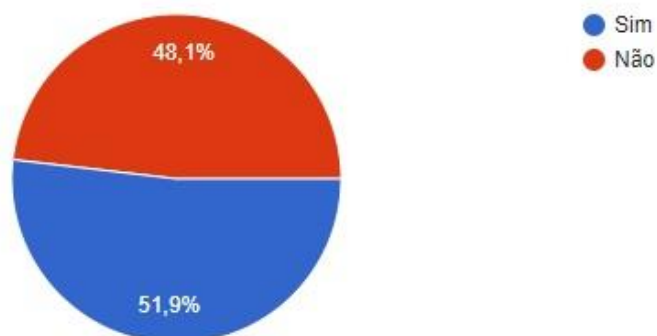
Fonte: A autora (2022)

A pesquisa conseguiu atingir pessoas de todos os períodos que são ofertados pelo curso, tendo o sexto período e/ou posterior como o mais representado, com mais de 38% das respostas. O quinto período teve o total de 13%, o quarto obteve 20,4%, o terceiro e o segundo tiveram 7,4% e por fim o primeiro período com 13% das respostas.

Figura 8: Perfil desapegado

2 - Você se considera uma pessoa desapegada?

54 respostas



Fonte: A autora (2022)

Mais de 51% das pessoas responderam que se consideram uma pessoa desapegada. Enquanto o restante, não se classificam como desapegados.

Figura 9: Hábito de compartilhamento

3 - Você tem o hábito de compartilhar objetos?

54 respostas



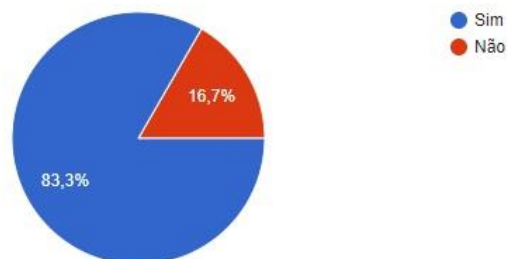
Fonte: A autora (2022)

A maioria dos entrevistados (38,9%) possui o hábito de compartilhar seus objetos, pelo menos uma vez por mês. E mais de 24% compartilha os seus objetos a cada três meses. Além disso, mais de 31% compartilham seus bens no mínimo uma vez por ano. Porém, 5,6% dos entrevistados ainda não têm esse costume.

Figura 10: Dificuldade de compra

4 - Em algum momento, você teve dificuldade para comprar o material solicitado durante o curso?

54 respostas



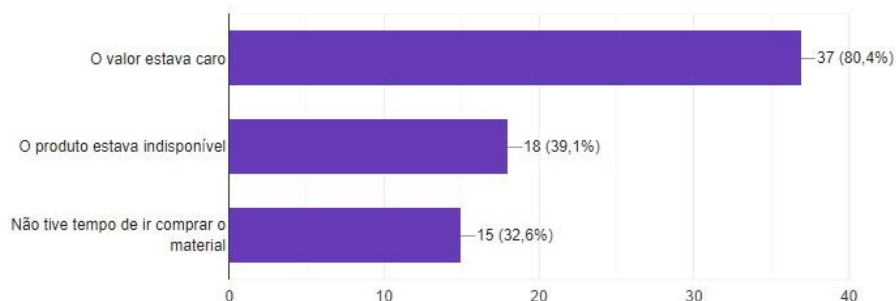
Fonte: A autora (2022)

Acima de 83% das pessoas tiveram dificuldade de conseguir o material requisitado durante o curso. O que mostra claramente a necessidade de novos meios de acesso aos materiais entre os alunos de design gráfico.

Figura 11: Quais dificuldades

5 - Se sim, por que? (é possível marcar mais de uma alternativa)

46 respostas



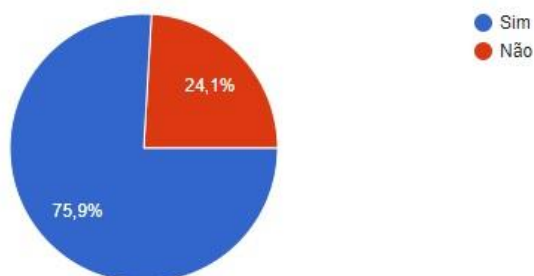
Fonte: A autora (2022)

Uma das suas maiores dificuldades em relação aos materiais é o fato do preço do produto, além de que muitas vezes não há a disponibilidade do mesmo nas lojas. A questão do tempo para ir à procura do material também é um ponto a ser considerado, já que 32,6% das pessoas também tiveram este obstáculo.

Figura 12: Excedente de Material

6- Você já teve algum excedente de material (sobras de papéis, tintas, pincéis, entre outros)?

54 respostas



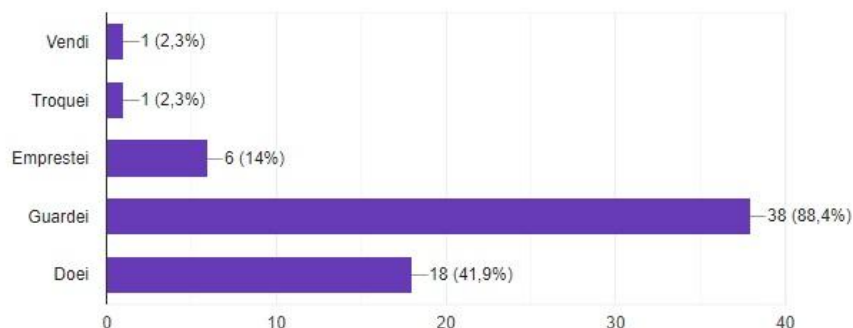
Fonte: A autora (2022)

Mais de 75% dos entrevistados afirmaram que já tiveram algum tipo de sobra de material durante o curso. Ou seja, mais da metade dos alunos ficaram com materiais que não iriam precisar utilizar novamente durante o restante do curso.

Figura 13: Destino dos materiais

7 - Se sim, quais das alternativas abaixo define o que você fez com estes materiais? (é possível marcar mais de uma alternativa)

43 respostas



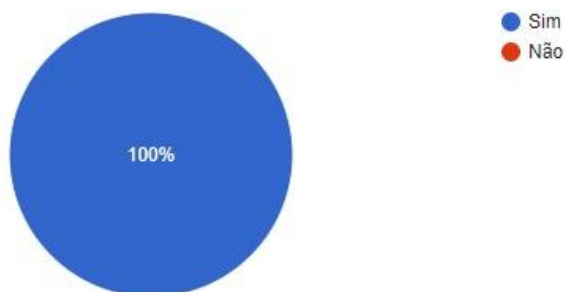
Fonte: A autora (2022)

Os alunos em sua maioria guardam os materiais excedentes, e mais de 40% doam os objetos que sobram. E em terceiro lugar, 14% das pessoas emprestaram os materiais, poucos venderam ou trocaram o que possuíam.

Figura 14: Importância da troca

8 - Você acredita que a doação/troca é algo importante para a comunidade acadêmica?

54 respostas



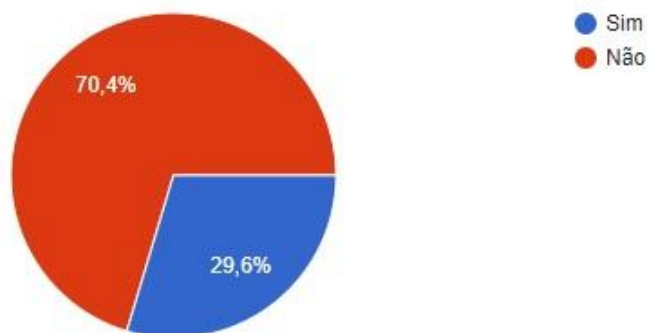
Fonte: A autora (2022)

Todos os entrevistados afirmaram que a doação e a troca é um ato importante para a vida acadêmica.

Figura 15: Uso de Plataformas

9 - Já utilizou alguma plataforma de vendas ou troca?

54 respostas



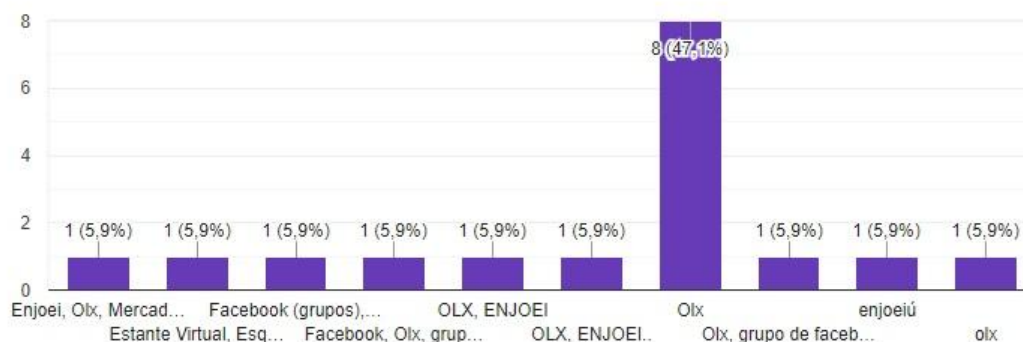
Fonte: A autora (2022)

Entre os entrevistados, mais de 70,4% já fizeram uso de alguma plataforma de venda ou troca on-line. O que mostra a importância desse tipo de ferramenta disponível através da internet.

Figura 16: Plataformas mais utilizadas

10 - Se sim, qual?

17 respostas



Fonte: A autora (2022)

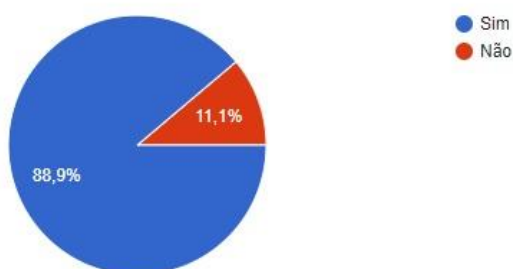
O aplicativo OLX foi citado quinze vezes, como plataforma da venda e troca já utilizada pelos entrevistados, em segundo lugar nas pesquisas ficou o aplicativo Enjoei, mencionado quatro vezes.

E em terceiro lugar os grupos de venda dentro do Facebook, que foi citado três vezes pelos entrevistados.. Outras plataformas foram mencionadas pelo menos uma vez, como o Mercado livre, Amazon, Estande virtual, esquerda compra de esquerda e grupo no WhatsApp.

Figura 17: Possibilidade de uso de uma plataforma entre alunos

11 - Você utilizaria uma plataforma de vendas, trocas e doação para materiais excedentes entre os alunos do curso?

54 respostas



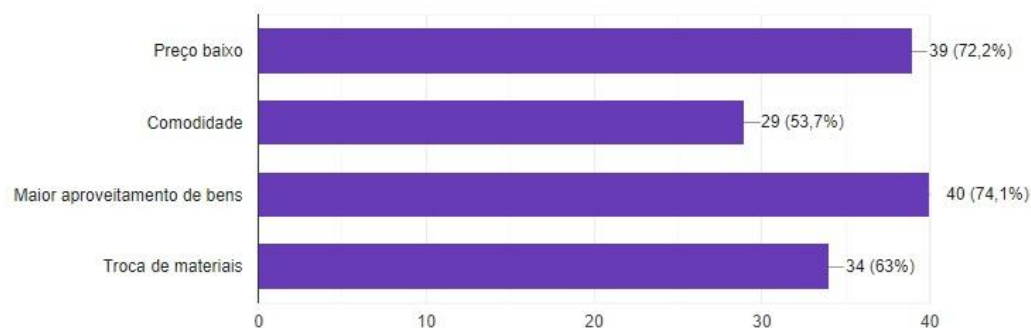
Fonte: A autora (2022)

Acima de 88% das pessoas estão dispostas a utilizar uma plataforma de venda, troca e/ou doação entre a comunidade acadêmica.

Figura 18: Atração em usar plataformas de compartilhamento

12 - O que mais lhe atrai nesse tipo de plataforma? (é possível marcar mais de uma alternativa)

54 respostas



Fonte: A autora (2022)

O maior aproveitamento de bens e o valor reduzido do material são os dois principais fatores que atraem os alunos a querer utilizar este tipo de plataforma. Além disso, a comodidade e a possibilidade de troca também são pontos importantes nessa decisão.

#### 4.1.1 Personas

Através dos resultados obtidos pela pesquisa, foi possível elaborar as personas, juntamente com a definição do público alvo, já que ambos os fatores são importantes para conseguir criar a persona ideal (PEREIRA, 2018). Segundo Pereira (2018) “As personas são os arquétipos que representam os principais padrões de comportamentos identificados nas entrevistas com os usuários”. Por isso, foram criadas três personas: Jessica Ferreira, Carlos Eduardo dos Santos e Lais Albuquerque.



Figura 19: Persona 1



# PERSONA 1

**NOME**  
Jessica Ferreira

**IDADE**  
23 anos

**HOBBY**  
Maratonar na Netflix

**PERSONALIDADE**

Jessica é uma moça extrovertida, com facilidade em fazer novas amizades. Sempre com uma boa história para contar e disposta a ajudar os outros.

**BACKGROUND**

Inteligente e criativa, Jessica está no último período do curso de design gráfico. Trabalha como ilustradora de forma freelancer, sonha em fazer um intercâmbio e conhecer diversos países. Super desapegada, ama fazer comprinhas on-line e esta sempre a procura de novos brechós.

Fonte: A autora (2022)

Figura 20: Persona 2



## PERSONA 2

**NOME**  
Carlos Eduardo dos Santos

**IDADE**  
19 anos

**HOBBY**  
Jogos On-line

**PERSONALIDADE**


Carlos é um rapaz introvertido, caseiro e que gosta de passar tempo com os seus amigos mais próximos.

**BACKGROUND**

Reservado e observador, Carlos gosta de passar horas navegando na internet. Começou a estudar design gráfico devido o seu amor por quadrinhos e games. Afinal, ele é colecionador de quadrinhos, ama guardar todos eles em um lugar especial na sua estante de livros e esta sempre buscando conhecer mais sobre este universo.

Fonte: A autora (2022)

Figura 21: Persona 3



## PERSONA 3

**NOME**  
Lais Albuquerque

**IDADE**  
27 anos

**HOBBY**  
Corrida

**PERSONALIDADE**

Lais é uma mulher simpática, comunicativa, apaixonada por gatos e que ama conhecer novos lugares.

**BACKGROUND**

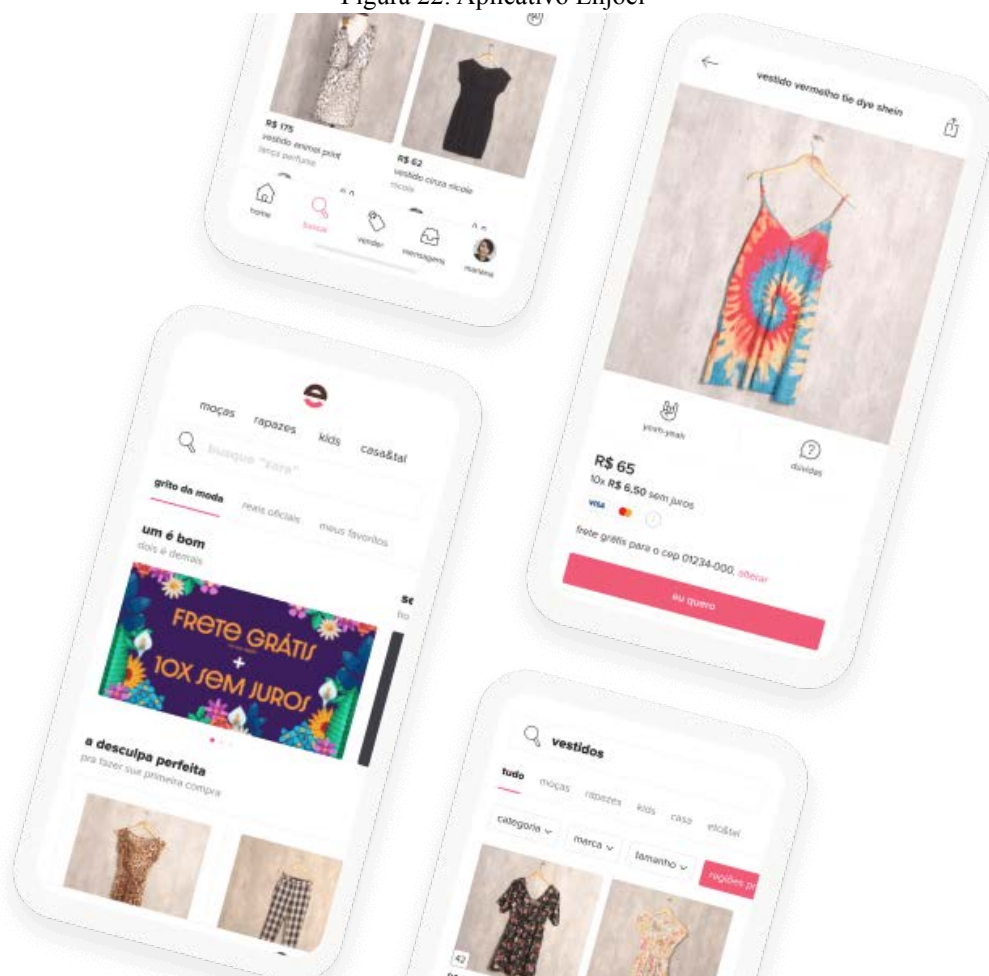
Formada em Jornalismo, ela está a procura de novas experiências. Sua paixão pela fotografia a fez mergulhar no universo do design. Procura estar sempre por dentro dos acontecimentos ao redor do mundo, através das suas redes sociais. Buscando não apenas se informar mas também compartilhar sua maneira de ver a vida através das plataformas digitais.

Fonte: A autora (2022)

#### 4.1.2. Pesquisa de similares

O objetivo dessa pesquisa é identificar os principais pontos sobre o mercado em questão. E isto pode ser realizado através de matérias em jornais, revistas, relatórios ou até mesmo mediante pesquisas na plataforma do Google (PEREIRA, 2018).

Figura 22: Aplicativo Enjoei<sup>9</sup>



Fonte: Aplicativo Enjoei (2022)

Um dos aplicativos voltados para economia compartilhada é o Enjoei. Loja de venda de roupas, acessórios e objetos de segunda mão, ou seja, um brechó on-line. Nele os usuários podem tanto comprar como vender os produtos desejados.

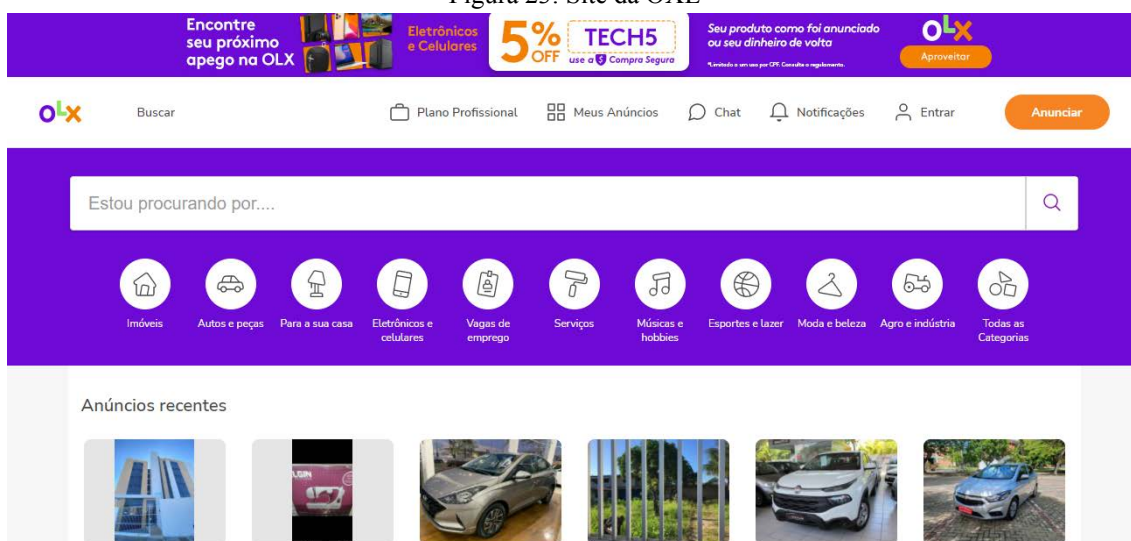
A interface é minimalista em relação ao layout utilizado, além disso o usuário consegue procurar o item desejado através das categorias, preços, tamanhos e marcas disponíveis em forma de filtro para a busca. Existem produtos voltados para mulheres,

<sup>9</sup> <https://www.enjoei.com.br/app>

homens, crianças, móveis e eletrônicos. Além do formato aplicativo, ele também está disponível no site. A usabilidade do aplicativo é de fácil entendimento ao usuário, devido às classificações e categorias disponíveis. As compras podem ser feitas através de boleto bancário, pix e cartão de crédito. O design limpo e de fácil navegação gera uma boa interação entre o usuário e a plataforma.

Outra plataforma semelhante é a OXL<sup>10</sup>, que funciona como uma ferramenta de compra e troca de objetos usados. E não apenas isto, como venda de imóveis e veículos também.

Figura 23: Site da OXL



Fonte: Site OXL (2022)

A OLX tem criado uma marca que tem ganhado bastante destaque no mercado brasileiro e segundo o Canal Tech<sup>11</sup>, a empresa já está presente em 45 países. A plataforma é dividida por categorias e é possível selecionar qual estado do país o usuário deseja restringir a sua busca.

O aplicativo também é composto por uma área de chat, em que o comprador pode entrar em contato com o vendedor e tirar dúvidas, combinar local de retirada do produto, ou até conseguir um desconto a mais dependendo do item desejado. Assim como no Enjoei, o usuário tem a opção de comprar e vender os produtos em uma mesma conta.

O botão de notificação e opções de cupons de descontos também são características presentes nos dois aplicativos citados acima. A plataforma da OLX possui um design limpo e

<sup>10</sup> <https://www.olx.com.br/>

<sup>11</sup> <https://canaltech.com.br/empresa/olx-brasil/>

de fácil usabilidade também, devido a divisão por estado, organização por categoria e preço, e pelo uso das cores com moderação.

Além destes, outra plataforma pelo qual os entrevistados trocam e compram seus materiais é através dos grupos criados dentro do Facebook, uma rede social que segundo site da Folha de Pernambuco<sup>12</sup> em outubro de 2021, possuía cerca de 2.853 bilhões de usuários.

A plataforma não tem como foco o compartilhamento de bens, mas devido a possibilidade de criar grupos de variados interesses, esta opção foi desenvolvida.

Figura 24: Grupo “O maior grupo de vendas e trocas do facebook”<sup>13</sup>



Fonte: Página o maior grupo de vendas e trocas do facebook (2022)

Para participar do grupo, é necessário buscar pelo tema de interesse dentro da rede social e pedir uma solicitação para entrar no grupo desejado. Depois disso, o administrador provavelmente aceitará a solicitação e o usuário poderá ter acesso ao grupo. Podendo assim, comprar e divulgar itens de acordo com a categoria. Não existe uma usabilidade focada na compra ou troca dos bens, não há a possibilidade de compra via boleto ou cartão de crédito, por exemplo.

No grupo do facebook, existe apenas a opção de entrar em contato com o vendedor, através do chat e assim, ser feita a interação do vendedor com o comprador, onde é decidido entre eles como será feito o pagamento da compra ou a troca, restringindo as formas de pagamento do usuário. A divisão por categoria não é possível dentro da plataforma, o que

<sup>12</sup>

<https://www.folhape.com.br/colunistas/tecnologia-e-games/usuarios-do-facebook-cresceram-23-em-tres-anos-confirma-lista-das-redes-sociais-mais-populares/27504/>

<sup>13</sup> <https://www.facebook.com/groups/vendas577/forsaleposts/>

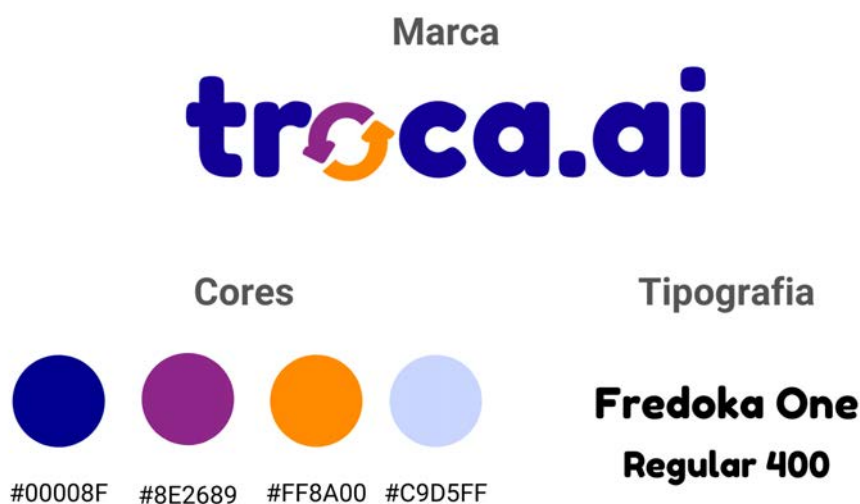
gera uma dificuldade na questão das buscas, pois a ferramenta de busca apresenta os resultados gerais baseado no nome pesquisado.

#### 4.2. Fase 2 - Estratégia

Segundo Pereira (2018) a "Estratégia de produto é uma estrutura para que a empresa consiga atingir seus objetivos através de plataformas digitais". O objetivo deste aplicativo é ser uma plataforma de economia colaborativa, que facilita a troca, venda e/ou empréstimos de objetos e materiais entre os alunos do curso de Design Gráfico do IFPB - Campus Cabedelo. Podendo assim, gerar um consumo colaborativo dentro da comunidade acadêmica, além de diminuir o armazenamento de bens inutilizados.

O nome escolhido para o aplicativo é *troca.ai*, uma junção da palavra “troca” que faz referência a um dos principais objetivos do aplicativo e o nome “ai” que tanto é um advérbio que indica um aspecto ou posição próxima da pessoa a quem se fala (segundo o dicionário do Google<sup>14</sup>), quanto faz uma alusão a uma das ferramentas mais utilizadas pelos designers que é o Illustrator.

Figura 25: Marca troca.ai



Fonte: A autora (2022)

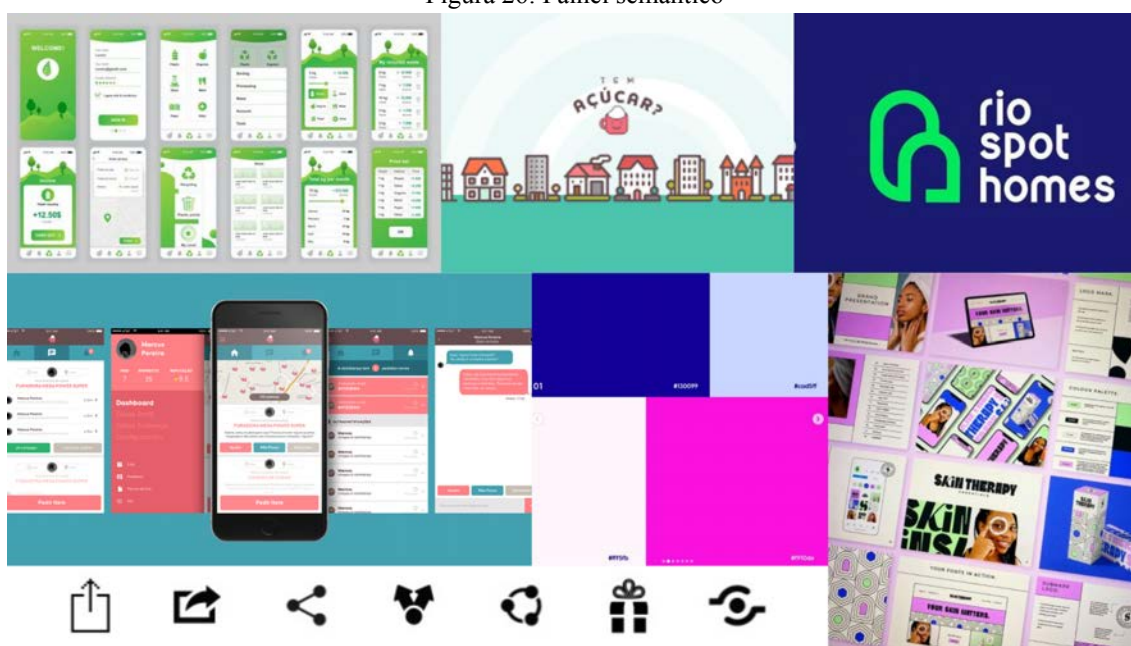
A marca é composta pela interação dos dois nomes, juntamente com o ícone de troca que é mundialmente conhecido. Foram escolhidas quatro cores para compor a paleta de cores

<sup>14</sup> <https://www.google.com/search?q=palavra+a%C3%AD>

da plataforma, azul royal, amarelo, roxo e um segundo tom de azul mais claro, porém a cor principal é o azul royal, que segundo o Estúdio Roxo<sup>15</sup>, essa cor está relacionada ao sinônimo de confiabilidade e ligado a precisão e inteligência.

O público alvo desta plataforma são todos os alunos do curso de design gráfico, isso inclui desde os novatos aos veteranos e concluintes, envolvendo assim toda a comunidade acadêmica do curso. O canal de distribuição do aplicativo será através do Google Play e Apple Store, onde os estudantes poderão fazer o download de forma gratuita.

Figura 26: Painel semântico



Fonte: A autora (2022)

O painel semântico é a junção de várias referências visuais que ajudarão no desenvolvimento do aplicativo. Na figura 25, os ícones de compartilhamento são os símbolos mais utilizados para significar que essa opção está disponível em determinadas plataformas digitais. As cores marcantes e o design limpo dos aplicativos também servem como base para o aplicativo.

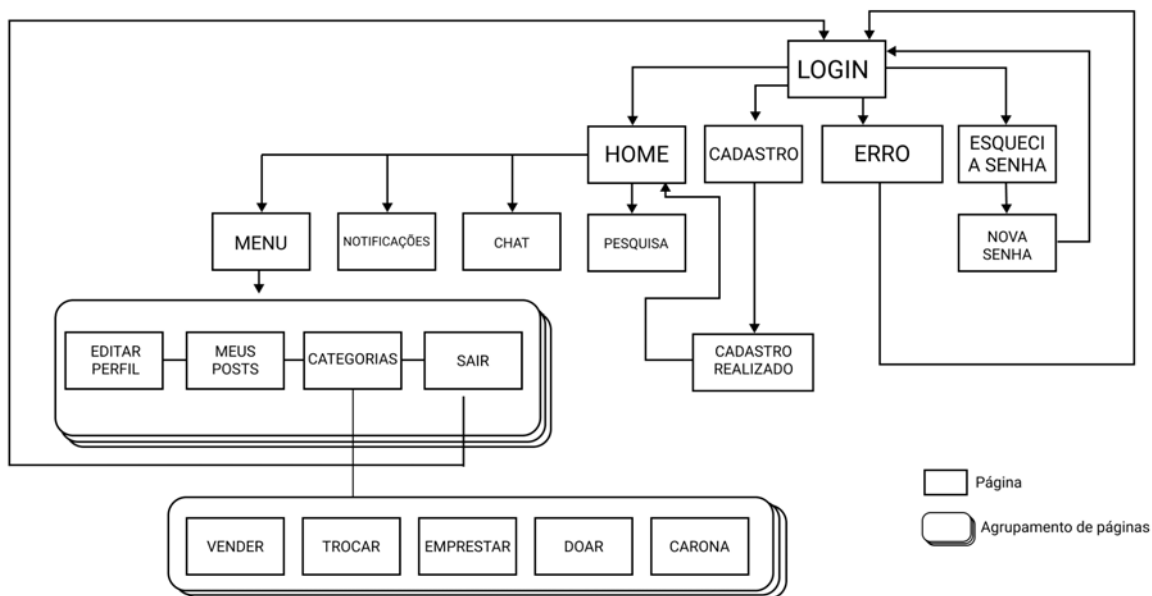
<sup>15</sup> <https://www.estudioroxo.com.br/blogpulsar/a-importancia-da-cor-azul-no-branding/>



### 4.3. Fase 3 - Desenho de interfaces

#### 4.3.1 Fluxo de Navegação

Figura 27: Fluxo de navegação do aplicativo troca.ai.



Fonte: A autora (2022)

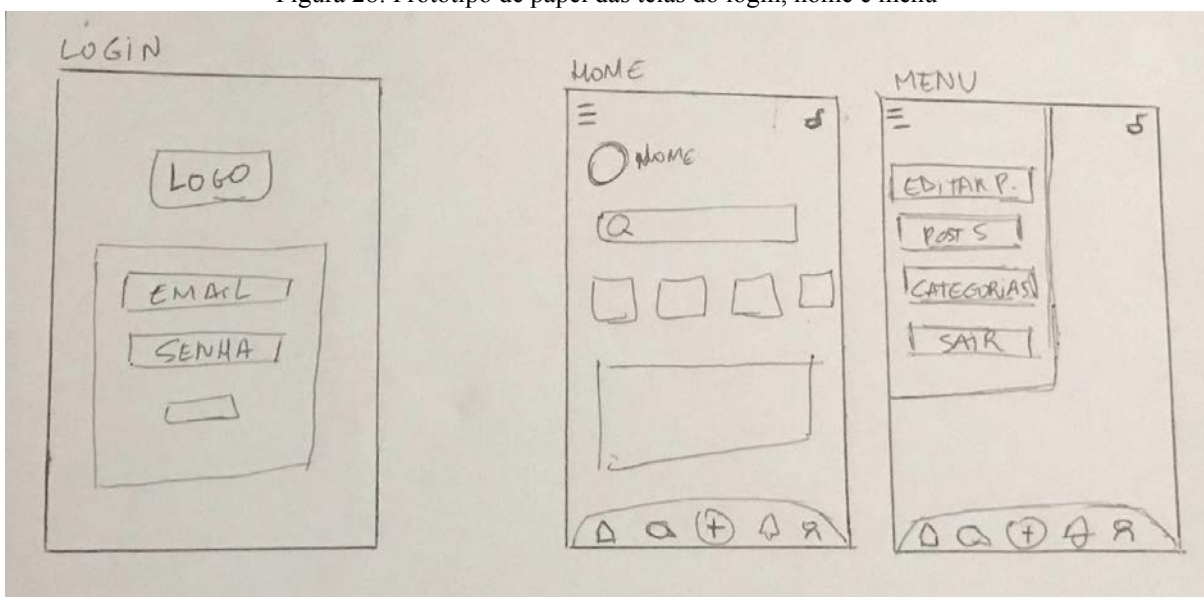
Segundo Pereira (2018, p.82) “Um sistema de navegação bem projetado tem o propósito de ajudar a reduzir as chances de as pessoas se perderem nas ferramentas digitais, e também tem a função de tornar o ambiente flexível durante a navegação.”

O fluxograma do aplicativo foi criado para indicar o mapa de navegação da plataforma, facilitando assim o desenvolvimento da plataforma, além de criar um caminho de fácil entendimento para os usuários.

#### 4.3.2 Protótipo em papel

A princípio foi realizado um protótipo em papel para analisar e definir como seria a base do aplicativo e suas funcionalidades. Detalhando as principais telas e funções, como por exemplo, o menu e a barra de pesquisa. Além da barra com as principais ferramentas no canto inferior do aplicativo.

Figura 28: Protótipo de papel das telas do login, home e menu

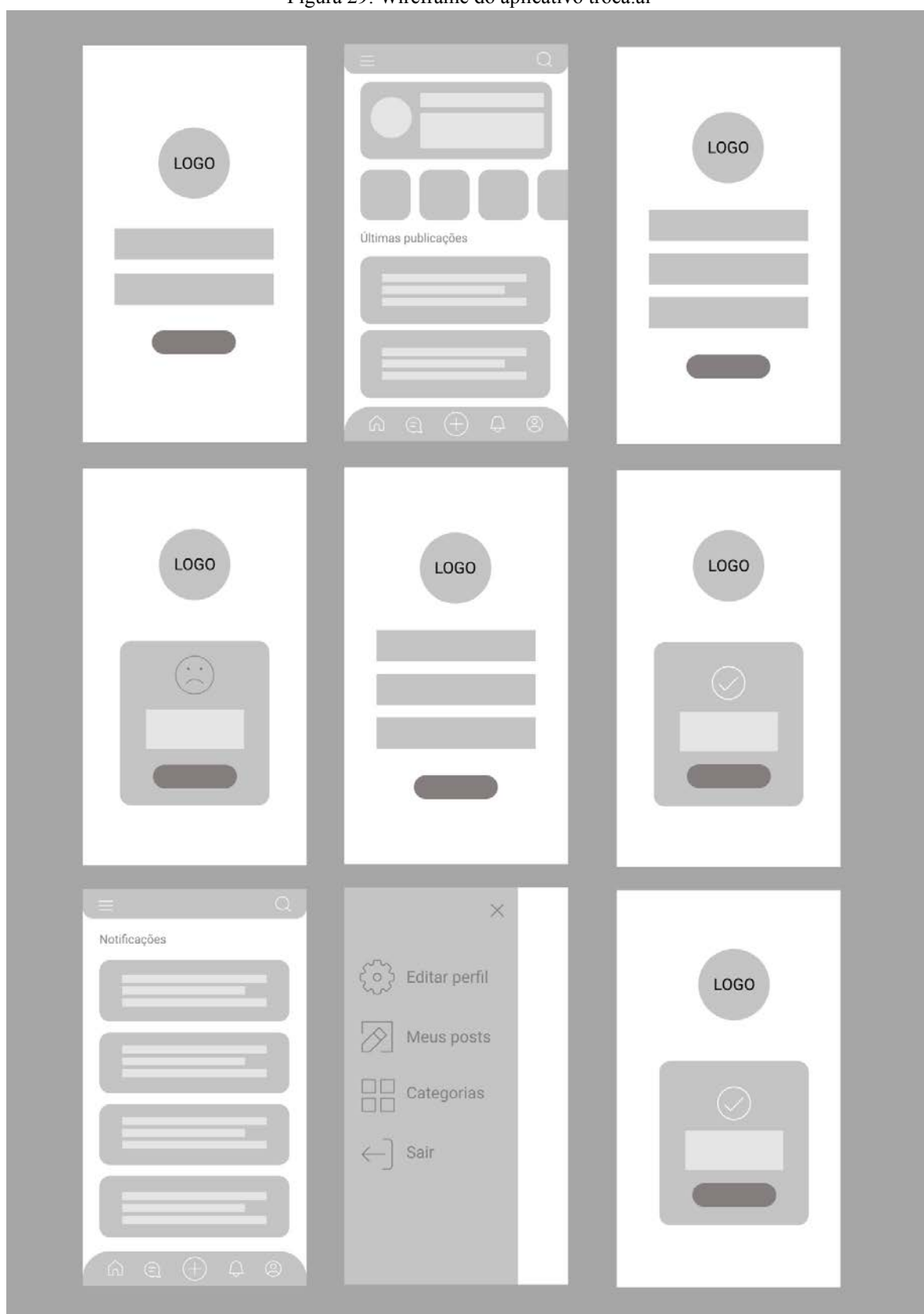


Fonte: A autora (2022)

#### 4.3.3 Wireframe

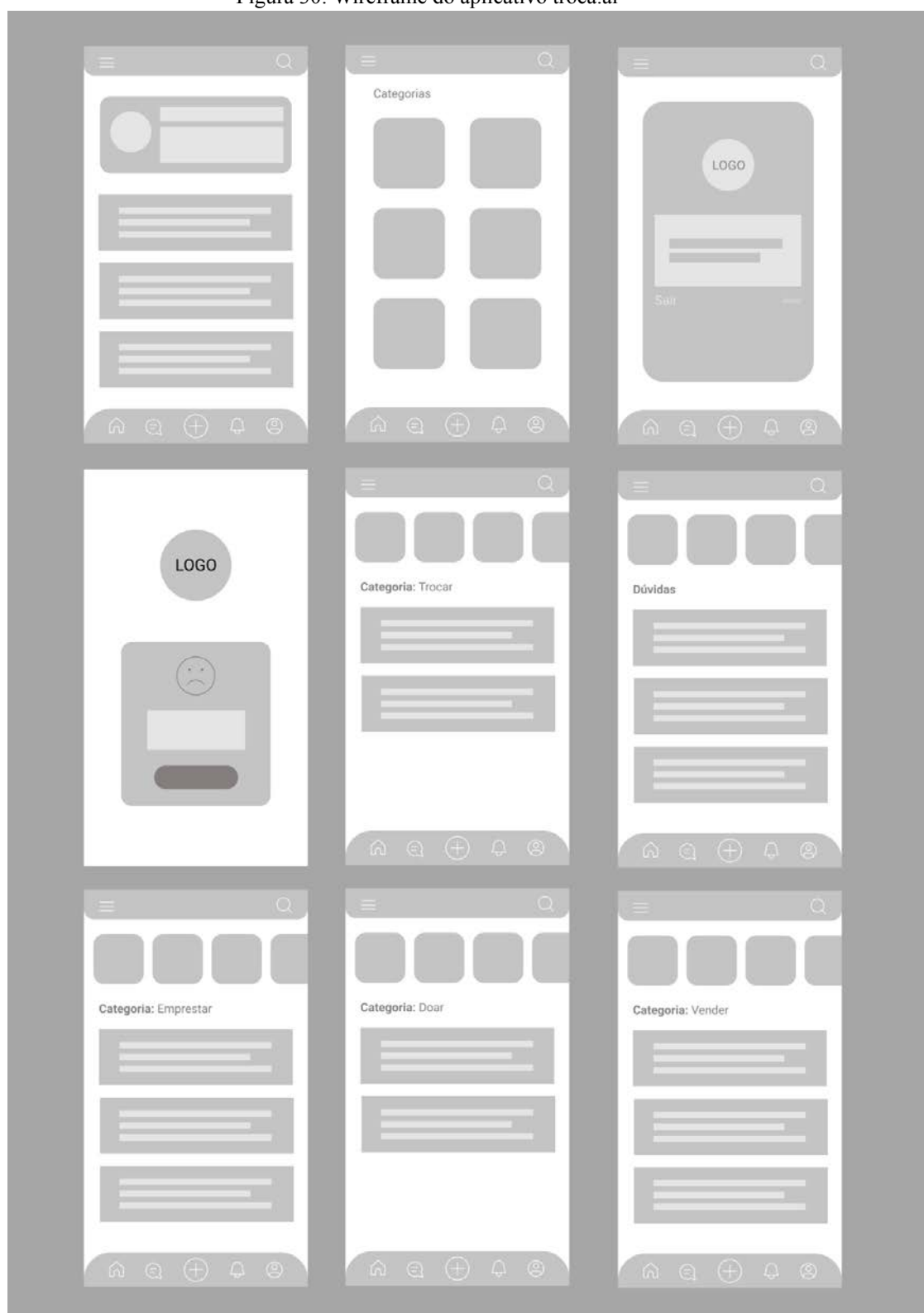
Pereira (2018, p. 111) afirma que “a mensagem principal do wireframe é definir o conteúdo, a hierarquia e as funcionalidades que compõem a página. Ele também pode conter um fluxo de interação e algumas indicações visuais de como alguns elementos funcionarão.” Por isso, foi desenvolvido o wireframe do aplicativo com o intuito de categorizar estes pontos e definir a estrutura do aplicativo.

Figura 29: Wireframe do aplicativo troca.ai



Fonte: A autora (2022)

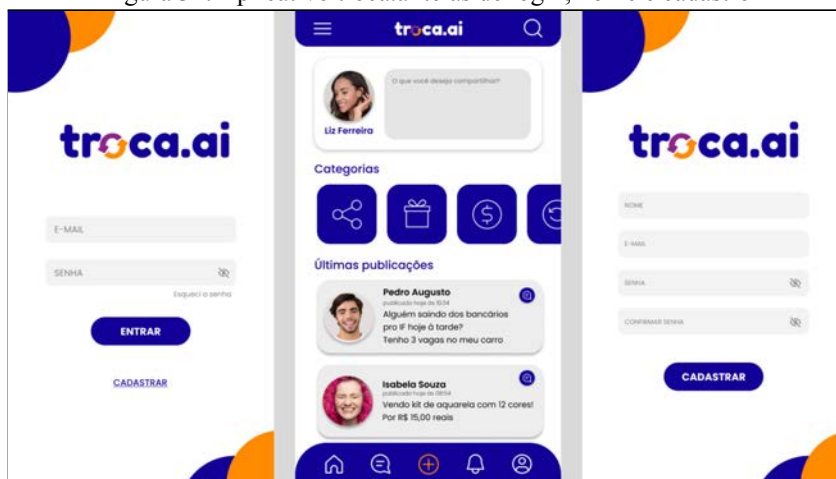
Figura 30: Wireframe do aplicativo troca.ai



Fonte: A autora (2022)

#### 4.3.4 Projeto visual do aplicativo

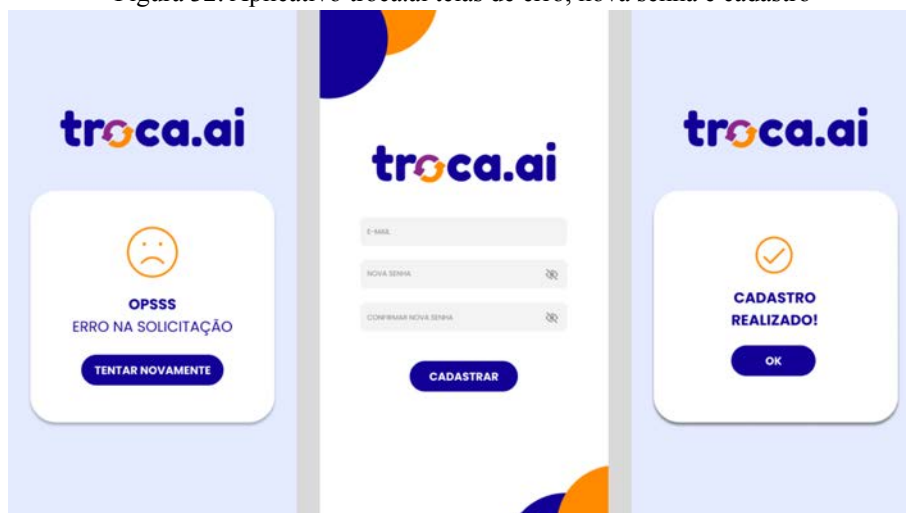
Figura 31: Aplicativo troca.ai telas de login, home e cadastro



Fonte: A autora (2022)

O aplicativo foi desenvolvido baseado no wireframe feito na etapa anterior, com as cores da paleta da marca criada. Para realizar o cadastro é necessário informar o nome, email e criar uma senha, após isto o cadastro é realizado e o usuário pode ter acesso a plataforma. Na home é possível realizar postagens, procurar o que deseja baseado nas principais categorias, além de ter acesso ao chat e notificações.

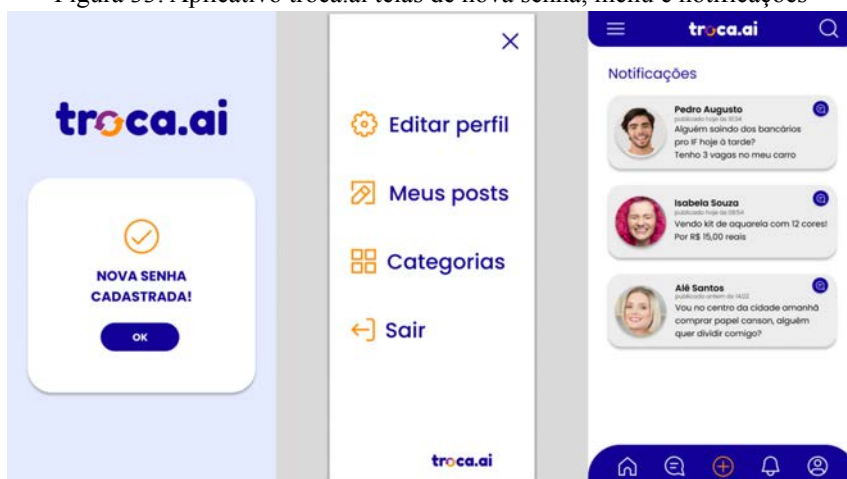
Figura 32: Aplicativo troca.ai telas de erro, nova senha e cadastro



Fonte: A autora (2022)

A plataforma apresenta uma tela de erro caso haja alguma solicitação não realizada, assim como uma tela para as solicitações concluídas com sucesso, como é no caso de cadastro realizado ou senha nova cadastrada.

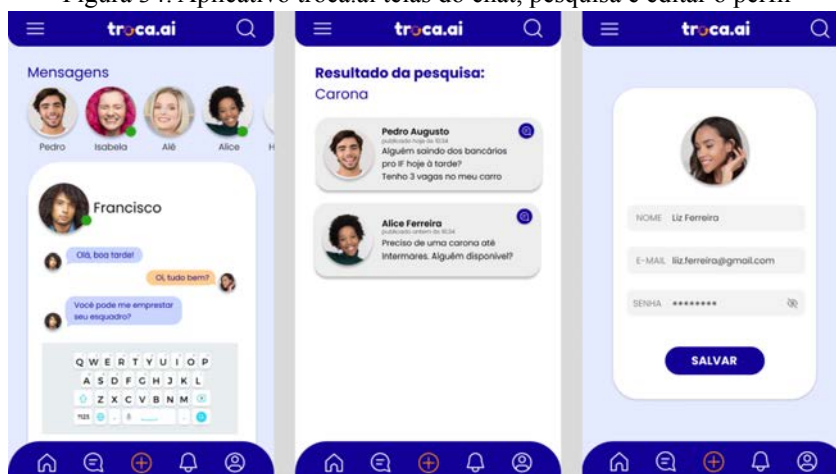
Figura 33: Aplicativo troca.ai telas de nova senha, menu e notificações



Fonte: A autora (2022)

No menu é possível ter acesso às configurações do perfil, posts, categorias e também a opção de sair do aplicativo. A plataforma possui uma barra de ferramentas na parte inferior com as principais funcionalidades, que são a opção de voltar para a página inicial, ir para o chat, realizar uma nova postagem, verificar as notificações e editar o perfil.

Figura 34: Aplicativo troca.ai telas do chat, pesquisa e editar o perfil

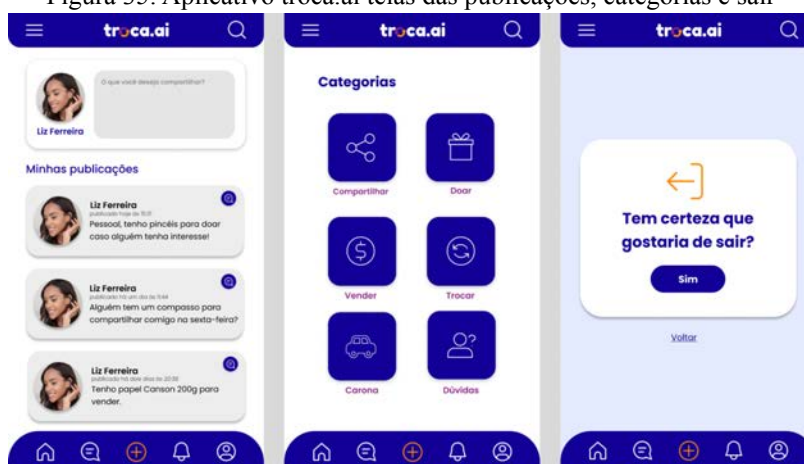


Fonte: A autora (2022)

As negociações de troca, venda e compartilhamento serão realizadas através do chat, onde os usuários podem combinar o melhor horário para realizar a troca de forma presencial, geralmente no campus, devido o foco do aplicativo ser os estudantes do campus de Cabedelo.

Cada postagem possui o ícone do chat no canto superior direito, que direciona até o chat da pessoa que realizou a postagem para que assim, possa ser concordado a maneira que será realizada a troca e/ou venda.

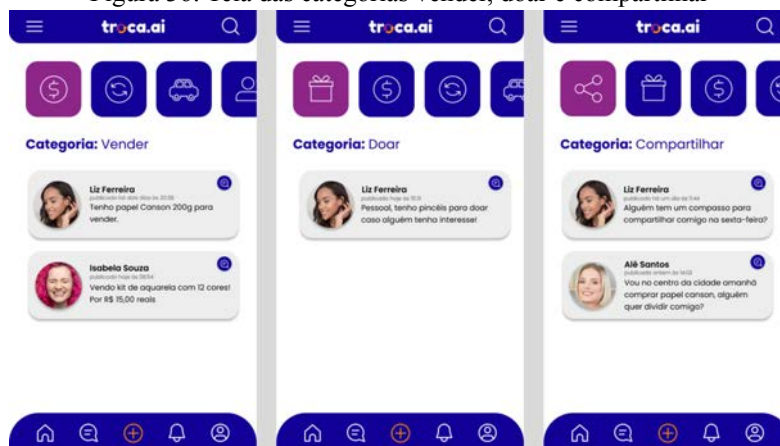
Figura 35: Aplicativo troca.ai telas das publicações, categorias e sair



Fonte: A autora (2022)

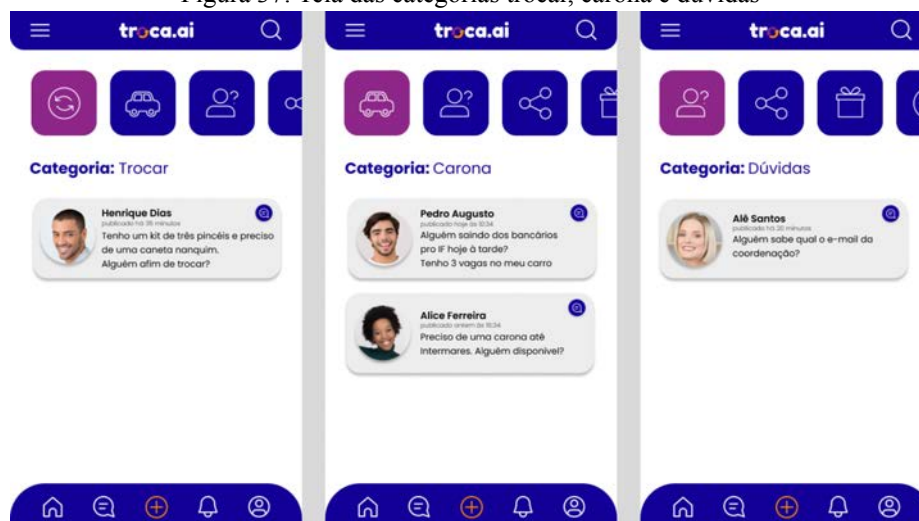
As principais categorias do aplicativo são: compartilhar, doar, vender, trocar, emprestar e tirar dúvidas. Além disso, é possível também realizar buscas na barra de pesquisa. Ao clicar na opção de sair, é necessário uma confirmação do usuário para completar a solicitação desejada.

Figura 36: Tela das categorias vender, doar e compartilhar



Fonte: A autora (2022)

Figura 37: Tela das categorias trocar, carona e dúvidas



Fonte: A autora (2022)

Todo o desenvolvimento do projeto visual da plataforma foi realizado no Figma<sup>16</sup>, uma plataforma de prototipagem online, que possibilita a criação de projetos como este. O protótipo deste trabalho está disponível no link: <https://bit.ly/3tr5h7p>

#### 4.4. Fase 4 - Teste com o usuário

Não foi possível realizar o teste com o usuário devido esta etapa está relacionada a área de programação do aplicativo, e este projeto está focado na parte do desenvolvimento do design da plataforma.

---

<sup>16</sup> <https://www.figma.com/>



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo desenvolver um aplicativo de estímulo à economia de compartilhamento para os alunos de Design Gráfico do IFPB – Cabedelo, para que através desta plataforma os estudantes possam ter acesso a variados materiais tanto de forma gratuita como com preços mais acessíveis. Além disso, gerar o melhor aproveitamento dos bens dentro da comunidade acadêmica. Entendendo assim, como a economia colaborativa pode ser utilizada em um contexto educacional e como o design centrado no usuário pode colaborar neste desenvolvimento.

Através da metodologia, focada na experiência do usuário, foi realizada primeiramente uma pesquisa online voltada para os alunos do curso, baseado nos resultados obtidos foi possível dar segmento ao projeto com a criação das personas. Após a definição das personas, foi feita uma pesquisa de similares para identificar as principais plataformas de economia colaborativa que estão em evidência atualmente. Podendo assim definir os pontos em comum encontrados entre elas, além de observar quais características estavam em falta nas plataformas e que eram necessárias para o melhor aproveitamento delas.

Depois de coletadas todas estas informações, foi possível avançar para a fase da estratégia, sendo desenvolvido o nome e a identidade visual da marca do aplicativo, e assim avançar para a etapa do protótipo de papel e logo depois o wireframe da plataforma. Para que por fim, fosse desenvolvido toda a parte visual do projeto do aplicativo.

O aplicativo foi desenvolvido focando em todas as opções de troca, venda e compartilhamento que podem ser realizadas entre os alunos, incluindo carona e troca de informações. A interação entre os usuários é feita através do chat dentro do aplicativo, onde é possível combinar as trocas e tirar dúvidas.

A metodologia escolhida para o projeto foi bastante importante para o seu desenvolvimento, criar uma plataforma pensando na experiência dos usuários foi um processo de muito aprendizado e novas perspectivas. É notório que uma plataforma como essa possui extrema importância para a comunidade acadêmica.

Espera-se que este aplicativo possa ser concluído, de forma que os alunos do curso de design gráfico possam ter acesso a esta ferramenta no seu dia a dia, incentivando o consumo colaborativo e aumentando o aproveitamento de bens.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking: Coleção design básico**. Bookman Editora, 2016.

BARROS, Ana Cirne Paes de; PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. Consumo colaborativo: perspectivas, olhares e abordagens para um conceito em construção. **Signos do Consumo**, v. 9, n. 2, p. 4-15, 2017.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Alta Books, 2020.

FURTADO, Eva Carvalho; BATISTA, Leandro Leonardo. GRADIENTES DE COLABORAÇÃO: UM ESTUDO DE PERCEPÇÃO EM WEBSITES DE CONSUMO COLABORATIVO. **Consumer Behavior Review**, 2 (Special Edition), p. 43-55. 2018.

GOIDANICH, Maria Elisabeth. Airbnb e seus anfitriões: Empreendedorismo, comércio e colaboração na economia de compartilhamento. [http://www.enec2016.sinteseeventos.com.br/resources/anais/7/1475506351\\_ARQUIVO\\_GT8-GoidanichVIIIEn ec.pdf](http://www.enec2016.sinteseeventos.com.br/resources/anais/7/1475506351_ARQUIVO_GT8-GoidanichVIIIEn ec.pdf). Acesso em 02/03/2021, v. 5, p. 12-13, 2016.

NEVES, Jeferson Fernando dos Santos. Análise da economia de compartilhamento sob o aspecto socioeconômico. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 8, n. 3, p. 4461-4475, 2018.

PEREIRA, Rogério. **User Experience Design: Como criar produtos digitais com foco nas pessoas**. Editora Casa do Código, 2018.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de Interação**. Bookman Editora, 2013.

SILVA, Danillo Viana Ferreira da. **Consumo colaborativo: o caso da plataforma “tem açúcar?”**. 2019. 33f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Economia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

SILVEIRA, Alexandre Borba da. Economia colaborativa: reflexões a partir da literatura. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 6, n. 2, p. 143-161, 2017.

VERA, Luciana Alves Rodas; GOSLING, Marlusa de Sevilha. Fatores que contribuem para o consumo de plataformas de economia do compartilhamento: um estudo com jovens universitários. **Caderno de Administração**, v. 27, n. 2, p. 60-81, 2019.

## ANEXO I

### Pesquisa sobre economia de compartilhamento

Este é um formulário anônimo para alunos do curso de Design Gráfico do IFPB - Campus Cabedelo, referente ao projeto de conclusão de curso da aluna Ellis Olinto do Curso Superior de Design Gráfico - IFPB.

1 - Qual período do curso de Design Gráfico você está matriculado?

- A. 1º
- B. 2º
- C. 3º
- D. 4º
- E. 5º
- F. 6º ou posterior

2 - Você se considera uma pessoa desapegada?

- Sim
- Não

3 - Você tem o hábito de compartilhar objetos?

- A. Sim, pelo menos 1 vez por mês
- B. Sim, a cada 3 meses eu empresto algo
- C. Raramente, acredito que uma vez por ano
- D. Não, geralmente prefiro guardar o que é meu

4 - Em algum momento, você teve dificuldade para comprar o material solicitado durante o curso?

- Sim
- Não

5 - Se sim, por que? (é possível marcar mais de uma alternativa)

- A. O valor estava caro
- B. O produto estava indisponível
- C. Não tive tempo de ir comprar o material

6 - Você já teve algum excedente de material (sobras de papéis, tintas, pincéis, entre outros)?

- Sim
- Não

7 - Se sim, quais das alternativas abaixo define o que você fez com estes materiais? (é possível marcar mais de uma alternativa)

- A. Vendi
- B. Troquei
- C. Emprestei
- D. Guardei

8 - Você acredita que a doação/troca é algo importante para a comunidade acadêmica?

Sim

Não

9 - Já utilizou alguma plataforma de vendas ou troca?

Sim

Não

10 - Se sim, qual?

11 - Você utilizaria uma plataforma de vendas, trocas e doação para materiais excedentes entre os alunos do curso?

Sim

Não

12 - O que mais lhe atrai nesse tipo de plataforma? (é possível marcar mais de uma alternativa)

- A. Preço baixo
- B. Comodidade
- C. Maior aproveitamento de bens
- D. Troca de material

Obrigada por responder esta pesquisa!