

O APLICATIVO PRODAPP NO CONCURSO SÃO BORJA APK

Juliana Tamaki¹

Milena Antunes Vançan²

Marcela Guimaraes E Silva³

Tiago Costa Martins⁴

Resumo:

Através de uma parceria realizada entre a Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), campus São Borja, e o Instituto Federal Farroupilha (IFFar), os alunos de comunicação tiveram a oportunidade de acompanhar o desenvolvimento e assessorar um aplicativo na plataforma Android, feito pelos alunos de Sistema de Informação, que foi exposto em um concurso, e nesta edição tinha como temática: "Agronegócio, Sustentabilidade e Meio Ambiente". A dupla vencedora, alunas do curso de Jornalismo, em conjunto com o trio do IFFar deram o nome do aplicativo de prodAPP e expandiram a atividade de extensão para um relato experiência sobre a participação e desenvolvimento do planejamento do projeto de marketing e aplicação da divulgação do aplicativo.

Palavras-chave: Integração; Comunicação; Plano de marketing; Aplicativo

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

O APLICATIVO PRODAPP NO CONCURSO SÃO BORJA APK

¹ Aluno de graduação. julianatamaki21@gmail.com. Autor principal

² Aluno de graduação. milavancan@gmail.com. Apresentador

³ Docente. marcelasilva@unipampa.edu.br. Orientador

⁴ Docente. tiagomartins@unipampa.edu.br. Co-orientador



O APLICATIVO PRODAPP NO CONCURSO SÃO BORJA APK: INTEGRAÇÃO ENTRE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

1. INTRODUÇÃO

1.1 Objetivo do evento

O evento São Borja APK foi criado pelo bacharelado de Sistemas da Informação, Instituto Federal Farroupilha (IFFar), com o intuito de instigar os alunos do curso a desenvolver aplicativos na plataforma *Android* para que, de acordo com a temática de cada edição, possa contribuir com a comunidade São-Borjense.

Na sua 3ª edição o bacharelado formalizou uma parceria com o Observatório Missioneiro de Atividades Criativas e Culturais (OMiCult), da Universidade Federal do Pampa - campus São Borja, com objetivo de promover a integração entre os alunos de Sistemas de Informação com os alunos dos curso de jornalismo, publicidade e propaganda e relações públicas da Unipampa. A dupla desenvolveu, juntamente com a equipe do IFFar, o prodAPP, aplicativo que foi defendido no concurso.

Diante do exposto este trabalho tem como objetivo apresentar o percurso de desenvolvimento do aplicativo para a plataforma *Android*, juntamente com um plano de divulgação baseado em três principais etapas: distribuição de *flyers*; *jingle* para circulação em rádios; e divulgação *online* pela página do *Facebook*. Ambas as etapas buscaram dar visibilidade ao aplicativo junto ao público alvo e atrair fornecedores e patrocinadores.

1.2 Descrição das funcionalidades do aplicativo

O aplicativo visa auxiliar, orientar e dar suporte ao pequeno produtor em suas atividades no meio agrícola. Ao utilizar o aplicativo o usuário pode cadastrar e gerenciar silos, visualizar as épocas de cultivo dos principais grãos da região, visualizar um dicionário com as pragas mais comuns de acordo com seu tipo de plantio e ver como podem ser combatidas.

O aplicativo também tem acesso a informações sobre rotação de culturas e consegue fazer uma simulação de plantio utilizando esta técnica. Possui suporte na hora de descartar seus defensivos agrícolas e conta com uma sessão destinada as principais novidades agrícolas das empresas que tem parceria com o aplicativo. A idéia é que nessa sessão, “novidades”, sejam abrigados os patrocinadores.

Toda a informação manipulada no aplicativo fica mantida de maneira offline no dispositivo até que o usuário tenha conexão com internet, onde estas serão sincronizadas garantindo a integridade e segurança dos dados.

2. METODOLOGIA

2.1 BRIEFING

Para entender quais seriam as funções do aplicativo, para quê e quem estava sendo desenvolvido, a dupla efetivou reuniões com o grupo do IFFar. Nestas reuniões se desenvolveu o briefing onde, em conjunto, foram decididas as tarefas e ações que seriam tomadas: cores; logo; ícones; funcionalidades; e divulgação do aplicativo.

Como parte do desenvolvimento do projeto, o grupo se empenhou em pesquisar o cenário atual do público alvo do aplicativo: os pequenos agricultores do Rio Grande do Sul. Descobriu-se a grande relevância que esse grupo tem no quadro econômico do estado:

Segundo os dados da pesquisa, o peso do agronegócio familiar no agronegócio total do Estado em 2003 girava em torno de 55%, enquanto na economia nacional essa participação aproximava-se de 33% (GRANDO, 2011, p. 5).

2.2 Descrição do desenvolvimento o plano de marketing

Visando a divulgação do APP, a dupla fez uma pesquisa de mercado. Baseado no público-alvo e quais os principais meios de comunicação que é utilizado pelos mesmos para então efetivar quais seriam os métodos de divulgação.

Através da pesquisa foi identificado que o público alvo, os produtores de grãos, apenas escutam as rádios locais e as tem como principal veículo de informação.

2.3 Oficinas

Os professores envolvidos no projeto integrado, Unipampa e IFFar, ofereceram oficinas nas quais os alunos pudessem aprender como desenvolver um aplicativo *Android*, a utilização das cores e contrastes, desenvolvimento da logomarca, Design e Publicidade para Aplicativos e sobre indústria criativa.

Com o intuito de fornecer aos alunos o suporte necessário para o desenvolvimento de todas as etapas propostas pelo evento, as oficinas foram ofertadas na sede do IFFar pelos professores vinculados ao projeto das duas instituições.

3. RESULTADOS e DISCUSSÃO

3.1 Aplicação das etapas de divulgação

Etapa 1: criação do jingle. O *jingle* foi criado para que pudesse circular nas rádios da cidade; rádio Fronteira/Cultura, Butuí e Navegantes.

Através do embasamento teórico, a leitura do artigo “O rádio no meio rural: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul”, das jornalistas Andréa Franciele Weber e Priscila Devéns, fundado a partir do trabalho de conclusão de curso da Universidade Federal de Santa Maria. De acordo, com as suas pesquisas, o rádio é um meio de comunicação de relevância na região noroeste gaúcha:

Um estudo de audiência realizado em 2009 (Weber, 2009) nos 23 municípios da região, mostra que televisão e rádio aparecem como meios mais presentes (45,5% e 40,4%) e mais confiáveis (41,24% e 30,21%) entre a população local, enquanto o jornal impresso tem presença de apenas 5,5% e confiança de 19,86%. Esse estudo foi realizado no meio urbano e rural, respeito cotas proporcionais representativas dos dois segmentos da população. Aplicando-se os dados para o meio rural exclusivamente, o rádio aumenta consideravelmente em importância, já que o sinal de TV funciona mal nas áreas rurais e o aparelho de rádio pode ser levado para os locais de trabalho. (WEBER E DEVÉNS, 2010, p 44)

Com base nesse panorama, a dupla decidiu que o jingle seria uma forma de divulgação de amplo alcance e cumpriria com o objetivo de atingir o público alvo.

Etapa 2: criação da página no Facebook. Levando em consideração o fato de que as redes sociais possuem um grande apelo a diversos públicos, foi criada uma página no *Facebook* (@ProdAPP), apresentando artes específicas para a página. Nestas artes foram feitas postagens sobre aplicativo como, por exemplo, explicando algumas das principais funcionalidades. A página também funcionará para contato com os desenvolvedores, caso haja problemas com o aplicativo, e como ponte para a comunicação entre fornecedores, patrocinadores, usuários e desenvolvedores. Como parte da interação entre estes, a página seria uma plataforma para a publicação de eventos, como o “Dia do campo”, uma feira, realizada pela equipe, onde os patrocinadores poderiam expor seus produtos, oficinas sobre cultivo na terra poderiam ser oferecidas e usuários tivessem a oportunidade de contatar pessoalmente os criadores.

Etapa 3: distribuição de flyers. Assim como os *posts* na página do *Facebook*, os *flyers* também tem como objetivo o conhecimento sobre as principais funcionalidades do APP e onde o usuário pode adquiri-lo. Os *flyers* deveriam ser distribuídos no centro da cidade de São Borja, em horários de pico, como horários de almoço e principalmente aos sábados, pois são os dias que os produtores saem do campo e vem para cidade.

3.2 Criação do layout e ícones

A dupla participou ativamente na criação do *layout* do aplicativo. Desenvolvemos a logo do aplicativo, baseando-se nos principais tipos de grãos produzidos na região. O escolhido foi o trigo, a cor verde para remeter ao pampa gaúcho e os tons pastéis fazendo conexão com as cores das sementes, foco principal do aplicativo.

O *layout* foi trabalhado em cima do minimalismo, assim como a logo, com o objetivo de facilitar o entendimento do usuário de como cada função do aplicativo funciona, além de colocar o nome da função em cada ícone, foi escolhido uma cor específica para cada, para que ficasse marcado na memória do usuário, facilitando o uso do app.

Como mostra os exemplos das imagens a seguir:

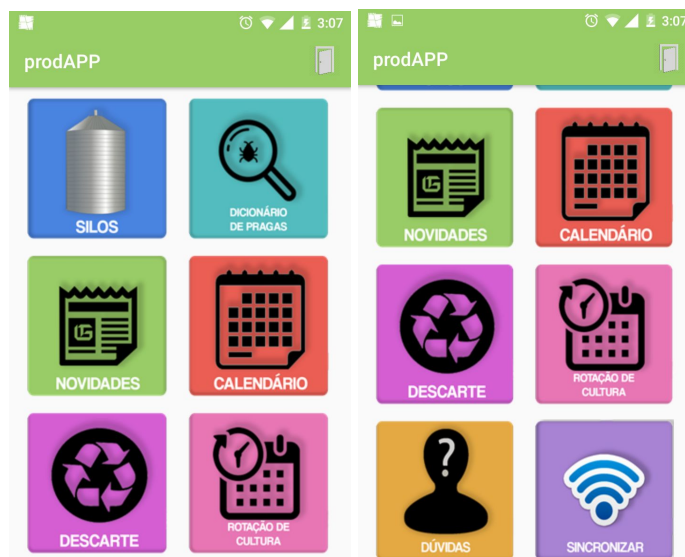


Figura 1 e 2. Print's da interface da tela inicial do aplicativo.

3.3 A DEFESA DO CONCURSO

Os critérios de avaliação foram divididos em três grupos pelos organizadores para a distribuição da nota pela banca avaliadora do concurso. Eram eles:

Dos critérios de comunicação

- Ícone do aplicativo (a clareza, objetividade, relação com a proposta);
- Ações de comunicação propostas para divulgar o aplicativo (ações e estratégias de comunicação e marketing);
- Elementos gráficos (alinhamento, tipografia, cores);

Dos critérios de desenvolvimento

- Usabilidade (a facilidade das interfaces para o uso do consumidor. A padronização das cores e identidade do aplicativo);
- Comunicabilidade (iconografia adequada às ferramentas);

Dos critérios gerais

- Postura de apresentação;
- Capacidade de expor as ideias e argumentar sobre o aplicativo;
- Adequação do aplicativo aos temas do evento;

A banca avaliadora foi composta por três integrantes, distribuídos da seguinte forma:

- Um representante do curso de Sistemas de Informação do IFFar São Borja;
- Um representante cursando mestrado de Comunicação e Indústria Criativa da Unipampa São Borja;
- Um representante do Sindicato Rural de São Borja.

Após defesa dos grupos inscritos e apuração dos votos, a equipe prodAPP foi anunciada como a vencedora do concurso São Borja APK 2017.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A união entre universidades, ressaltou a importância de sairmos fora do nosso círculo social e nos integrarmos. Durante todo o processo; oficinas, integração

com o grupo prodAPP, finalização do aplicativo e plano de marketing e por fim, defesa no evento. Foi percebido que o trabalho em conjunto efetivado ao longo de dois meses pôde disponibilizar mais do que as horas complementares, que a equipe verdadeiramente trabalhou como se atuassem no mercado de trabalho.

A prodAPP se destacou no evento, seja por contemplar os três pilares temáticos, por apresentação visual ou plano gestor de marketing e divulgação. A comunicação integrada neste projeto nos auxiliou a ponto de apresentar o melhor aplicativo e plano de marketing, e conseqüentemente, fazer do grupo os vencedores.

Pensamos que a integração que obtivemos neste evento, proposta pelos idealizadores, nos ajudará como futuras profissionais. O trabalho em equipe, cumprir prazos, lidar com o público alvo, pesquisa de mercado e criação das logos, nos preparou para trabalhar em diversas situações que estarão fora do nosso âmbito de formação.

5. REFERÊNCIAS

GRANDO, Marinês Zandavali; Textos para Discussão FEE N° 98 **Um retrato da agricultura familiar gaúcha**; 2011, p. 9. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/20140324098.pdf>

WEBER, Andréa Franciele; DEVÉNS, Priscila; **O rádio no meio rural: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul**; 2010; p. 44. Disponível em: <https://radioleituras.files.wordpress.com/2010/12/radioleituras31.pdf>