

# A Importância do *Marketing* Digital em Pleitos Municipais Através de Aplicativos *Mobile*

Juliana Machado Gomes Magalhães<sup>1</sup>, Rhyan Ximenes de Brito<sup>2</sup>,  
Janaide Nogueira de Sousa Ximenes<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)  
CE-187, s/n - Estádio, – CEP 62320-000 – Tianguá – CE – Brasil

<sup>2</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)  
Av. 13 de Maio, 2081 – CEP 60040-531 – Fortaleza – CE – Brasil

<sup>3</sup>Faculdade IEducare (FIED) – Rua Conselheiro João Lourenço, 406 -  
CEP 62320-000 – Tianguá – CE – Brasil

{juliana.machado1005, rxbrito, nogueirajanaide}@gmail.com

**Abstract.** *The use of applications has been widely used for the most diverse activities. Contributing even significantly to the marketing of candidates during election periods. The objective of this work is to verify the importance of digital marketing through tools for mobile devices, facilitating access to information of candidates by voters. The methodology adopted is based on bibliographic research and the construction of an application through Intel XDK software. The results were quite promising with regard to the purpose of the application. With this work, it is evident that the use of mobile applications facilitates the interaction between candidates and voters, bringing them together positively in the electoral contest.*

**Resumo.** *A utilização de aplicativos tem sido amplamente empregada para as mais diversas atividades. Contribuindo inclusive de forma significativa para o marketing de candidatos em períodos eleitorais. O objetivo desse trabalho é verificar a importância do marketing digital através de ferramentas para dispositivos móveis, facilitando o acesso a informações de candidatos por eleitores. A metodologia adotada baseia-se em pesquisas bibliográficas e na construção de um aplicativo através do software Intel XDK. Os resultados mostraram-se bastante promissores com relação a finalidade do aplicativo. Com este trabalho fica evidente que a utilização de aplicativos mobile facilitam a interação entre candidatos e eleitores, aproximando-os de forma positiva na disputa eleitoral.*

## 1. Introdução

As ferramentas de mídias digitais tem sido bastante utilizadas, por conta da facilidade de aquisição de *smartphones*. Nesses termos o aplicativo Eleições foi desenvolvido para eleitores e candidatos, com o intuito de acompanhar a rotina partidária, propostas de gestão, agenda eleitoral, etc. O presente trabalho tem como objetivo evidenciar a importância do *marketing* digital através de ferramentas para dispositivos móveis, facilitando o acesso a informações de candidatos por eleitores.

Para a construção do aplicativo utilizou-se do levantamento bibliográficos, assim como a utilização dos softwares, XDK da Intel, PHP, Javascript, Ajax. Este trabalho está organizado da seguinte forma: Seção 2 apresenta alguns trabalhos relacionados, Seção 3 apresenta uma descrição sobre as campanhas eleitorais frente as novas mídias digitais interativas. Em seguida na Seção 4 é apresentada a metodologia e, finalmente, considerações finais e trabalhos futuros são descritos na Seção 5.

## **2. Trabalhos Relacionados**

Esta seção apresenta uma revisão bibliográfica de forma reflexiva sobre a utilização de alguns aplicativos *mobile* em diferentes situações.

Para [Matos Neto 2016], a popularização da Internet móvel não passa despercebido por instituições e atores políticos, que buscam desenvolver versões *mobile* de iniciativas para diferentes fins democráticos proporcionando interação com os cidadãos. Dessa forma com o objetivo de delinear e caracterizar esse fenômeno no contexto brasileiro, a pesquisa apresentou etapas ou direções que caracterizam o uso de aplicativos móveis.

Lançado com sucesso pelo Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso em 2016, o aplicativo Estatísticas Eleitorais permite que eleitores, candidatos, partidos políticos e demais interessados tenham acesso aos resultados das eleições realizadas desde 1994, detalhadamente [TRE-MT 2016]. De acordo com o [TRE-MT 2016] as informações são úteis aos candidatos, principalmente a prefeitos, pois podem concentrar suas atenções nas regiões da cidade onde obtiveram menor quantidade de votos.

[Cervi et al. 2016] buscaram reflexões acerca do uso de aplicativos móveis nas eleições, debatendo sobre a efetividade dessas ferramentas de busca por votos, no sentido de disseminação da visibilidade do candidato e alcance no campo eleitoral. Ao analisar os dados, constataram que o uso de aplicativos para dispositivos móveis nas eleições do Brasil é um mercado possível, porém pouco aproveitável, por conta dos materiais não serem exclusivos ou muito otimizados para *mobile*, sendo meras reproduções de sites.

## **3. As Campanhas Eleitorais Frente as Novas Mídias Digitais Interativas**

O ambiente dos dispositivos móveis difere das aplicações convencionais *desktop* ou *web*, por serem limitados, especialmente pela velocidade do processador, tamanho da memória e pela capacidade da bateria [Barbosa 2013]. Segundo [Lemos 2007], o celular é mais que um telefone, servindo como instrumento para produzir conteúdo, escrever mensagens rápidas, acessar a Internet, etc.

Para [Tibes et al. 2014], desenvolver soluções no formato de aplicativos móveis representa um meio eficaz de atingir o público-alvo desejado. Assim diante dos avanços que ocorreram nos meios tecnológicos de acesso à informação, a Internet tornou-se o meio adequado à publicar informações e um canal direto de comunicação entre candidato e eleitor [Grosselli 2010].

Não se pode esquecer que a utilização da Internet vai muito além do uso do computador, pois o acesso à rede virtual pode ser realizado de qualquer lugar por meio de dispositivos móveis como os celulares, configurando-se como uma realidade para a maioria dos usuários, eleitores em potencial [Ferreira 2014].

Nesses termos as campanhas eleitorais apostam na imagem do candidato e empenham-se para divulgá-la [FELISBERTO and RODRIGUES 2002]. A propaganda partidária serve para o eleitorado conhecer ideologias e propostas dos partidos. Porém o acesso as informações pela Internet, causou o enfraquecimento dos partidos políticos e de suas bases ideológicas, visto que o eleitor pode pesquisar informações a respeito do candidato, voltando-se para suas ideias pessoais e para a imagem que transmite [Grosselli 2010].

#### 4. Desenvolvimento

Para construção do aplicativo foram utilizados os softwares, Intel XDK, ambiente de desenvolvimento APPs Android e iOS, programa que possibilita desenvolvimento *mobile* com as linguagens PHP, HTML, CSS, Javascript e JSON. A seguir são apresentadas algumas das telas do aplicativo com suas respectivas funcionalidades.

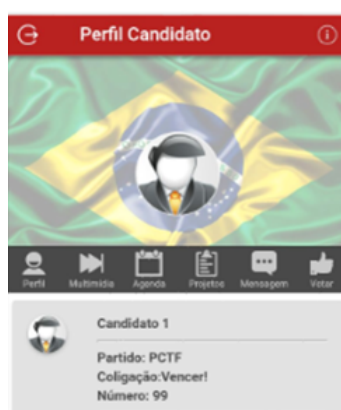


Figura 1. Tela de exibição do menu Perfil Candidato

A Figura 1, mostra o menu Perfil do Candidato, que exibe informações importantes a respeito do candidato como: foto, nome, partido, etc.



Figura 2. Tela de exibição do menu Multimídia

Na Figura 2, no menu Multimídia estão disponíveis todas as mídias que o candidato disponibilizar, como: músicas, fotos e vídeos da campanha eleitoral. O usuário



**Figura 3. Tela de exibição do item Músicas do menu Multimídia**

poderá escolher a opção que desejar, para que seja visualizado ou baixado em seu dispositivo móvel.

Na Figura 3, o item Músicas do menu Multimídia, disponibiliza todas as músicas de campanha do candidato para o eleitor executá-las ou baixá-las.



**Figura 4. Tela de exibição do item Fotos do menu Multimídia**

No item Fotos do menu Multimídia mostrado na Figura 4 estarão disponíveis fotos dos eventos e lugares que o candidato esteve, separadas por álbuns, contendo título para identificação, o usuário deverá clicar no álbum para visualizá-las.

## **5. Considerações Finais**

Nos resultados obtidos através dos testes, funcional e de integração, observou-se que a aplicação fazia o que a mesma deveria fazer, com as funcionalidades de um ou mais componentes combinados funcionando corretamente, e por fim o teste de usabilidade onde o foco foi o usuário, *layout*, interface e acesso as funcionalidades que se mostraram eficientes, fáceis de usar e intuitivos. Em todos os testes realizadas com o protótipo pôde-se perceber que o aplicativo funciona de maneira satisfatória atendendo as necessidades propostas, facilitando a aproximação do candidato com seus eleitores.

Por outro lado os testes relacionados à avaliação do IHC (Interface Humano Computador), buscaram avaliar a qualidade da interface do aplicativo no tocante a interface e interação nas dimensões físicas e perceptiva, onde englobaram elementos em que os usuários podiam manipula-la e aqueles em que eles poderiam perceber para que serveriam os item expostos nas telas.

Como sugestão para trabalhos futuros, torna-se importante um estudo que verifique sua eficiência como ferramenta de mídia a partir do registro de impressões dos usuários do aplicativo, coletando dados para possíveis melhorias.

## **Referências**

- Barbosa (2013). Padrões de projeto de interface para aplicativos android para o google tv.
- Cervi, E. U., Massuchin, M. G., and de Carvalho, F. C. (2016). Internet e eleições no brasil. *Curitiba: UfPR*.
- FELISBERTO, D. L. and RODRIGUES, K. C. (2002). A utilização do marketing nas campanhas políticas.
- Ferreira (2014). Eugov.com.br: a nova política em tempos de redes sociais.
- Grosselli, G. (2010). Marketing político digital–as novas tecnologias de comunicação e as campanhas eleitorais. *Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico*, 2(3).
- Lemos, A. (2007). Ciberespaço e tecnologias móveis: processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura. *Imagem, visibilidade e cultura midiática. Livro da XV COMPÓS. Porto Alegre: Sulina*.
- Matos Neto, E. O. (2016). Democracia digital móvel: Explorando o uso de aplicativos para fins democráticos no âmbito do governo federal brasileiro.
- Tibes, C. M. d. S., Dias, J. D., and Zem-Mascarenhas, S. H. (2014). Aplicativos móveis desenvolvidos para a área da saúde no brasil: revisão integrativa da literatura. *Revista Mineira de Enfermagem*, 18(2):471–486.
- TRE-MT (2016). Baixado em mais de 1 mil aparelhos, aplicativo estatísticas surge como rica fonte de informações. [Online; acessado em: 21-fevereiro-2018].